

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE
MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE
SCIENTIFIQUE

Université Mouloud Mammeri De Tizi-Ouzou

Faculté Des Sciences Economiques, commerciales et des sciences de gestion

Département Sciences Commerciales



Mémoire de fin de cycle

En vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences Commerciales

Option : Management Marketing

Thème

**Étude de l'efficacité du dispositif d'accompagnement à
l'entrepreneuriat au milieu universitaire, Cas : université
Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou**

Présenté par :

BACHA Leticia

MAHFOUFI Mélissa

Dirigé par :

Mr. BATACHE Abderrahmane

Membres de jury

Président : Mr. SEDIKI Abderrahmane, M.A.A, UMMTO

Examineur : Mme BECHEKER Kahina, M.A.B, UMMTO

Rapporteur : Mr BATACHE Abderrahmane, M.A.B, UMMTO

Promotion 2022/20203

Remerciements

Un travail n'est valide que s'il a été réfléchi et pensé dans un esprit de collaboration, une personne ne saurait le gérer seul.

Nous remercions en premier lieu le bon dieu qui nous a donné le courage et la patience pour tenir jusqu'au bout de ce travail.

Nous souhaitons adresser nos remerciements les plus sincères aux personnes qui ont porté leur aide et qui ont contribué à l'élaboration de ce travail.

Nous tenons à remercier particulièrement notre promoteur et enseignant Monsieur BATACHE Abderrahmane pour avoir accepté d'encadrer et d'assurer la direction de ce travail ; on le remercie pour sa patience, sa disponibilité et surtout ses judicieux conseils, qui ont contribué à la réalisation de ce mémoire.

Nos remerciements s'adressent aussi aux membres de jury qui ont accepté d'examiner et juger notre travail.

On remercie également tous nos enseignants de la faculté des Sciences Economiques, commerciales et des sciences de gestion qui ont contribué à notre formation durant notre cursus.

Dédicace

Je dédie ce travail à :

A ceux qui sans eux je ne serai arrivé là aujourd'hui, mon cher papa et ma chère maman, qui m'ont encouragé, soutenu et qui ont toujours veillé à ma réussite.

Mes adorables sœurs : Sarah, Dyhia, Terkia.

Mon adorable frère : Meziane.

A la mémoire de mes grands paternels et maternels.

Leticia

Dédicace

Je dédie ce travail :

A mes chers parents qui m'ont encouragé tout le long de mon cursus.

A mon aimable frère et ma chère sœur.

A mes tante et oncles qui m'ont toujours soutenue

A toutes mes copines et amis(es)

Mélissa

Sommaire

Sommaire

<i>Introduction Générale</i>	01
 <i>Chapitre 01 : Cadre théorique et conceptuel sur l'entrepreneuriat et la création d'entreprise</i>	
Introduction	04
Section 01 : Les généralités sur l'entrepreneuriat / entrepreneur.....	05
Section 02 : De l'idée a la création d'entreprise.....	21
Conclusion	40
 <i>Chapitre 02 : La formation entrepreneuriale</i>	
Introduction	41
Section 01 : L'enseignement de l'entrepreneuriat au sein des universités algériennes.....	42
Section 02 : La formation entrepreneuriale dans l'enseignement supérieur.....	47
Section 03 : Politique de promotion de l'entrepreneuriat au milieu universitaire en Algérie....	56
Conclusion	65
 <i>Chapitre 03 : Etude de l'efficacité de dispositifs d'accompagnement à l'entrepreneuriat</i>	
Introduction	67
Section 01 : Présentation de la maison de l'entrepreneuriat.....	68
Section 02 : Les résultats de l'enquête.....	79
Conclusion	84
 <i>Conclusion Générale</i>	 85

Liste des tableaux et figures

<i>Liste des tableaux</i>	<i>page</i>
Tableau N°01 : Caractéristique psychologique d'un entrepreneur.....	20
Tableau N°02 : Outil d'analyse PESTEL.....	25
Tableau N°03 : Programmes l'entrepreneuriat.....	49
Tableau N°04 : Caractéristiques des trois types d'entretiens.....	75
Tableau N°05 : Enseignement de l'Entrepreneuriat à la Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion.....	76
Tableau N°06 : Enseignement de l'Entrepreneuriat dans les autres facultés.....	77
Tableau N°07 : Bilan des actions réalisées à la maison de l'entrepreneuriat (2017- 2021).....	77

<i>Liste des figures</i>	<i>page</i>
Figure N°01 : Les étapes d'élaboration d'un plan d'affaire.....	24
Figure N°02 : La matrice BCG.....	27
Figure N°03: Éléments communs dans le processus de formation à l'entrepreneuriat.....	48
Figure N°04 : Nombre des étudiants formés.....	80
Figure N°05: Nombre d'entretiens de formation réalisés.....	80
Figure N°06 : Nombre de sessions de formation.....	80

Liste des abréviations

Liste des abréviations

PME : Petite ou moyenne entreprise

GEM : Global Entrepreneurship Monitor

BP : Business plan

BCG : Boston Consulting Group

CNRC : Centre National du Registre du Commerce.

EURL : Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée

IRG : Impôt sur le revenu global

CNAS : Caisse nationale des assurances sociales

CASNOS : Caisse nationale de sécurité sociale des non-salariés

SARL : La Société à Responsabilité Limitée

SPA : Société Par Actions

SNC : Société en Nom Collectif

SCS : Société en Commandite Simple

SCA : Société en Commandite par Actions

SPAS : Société par action simplifiée

TIC : Technologies de l'information et de la communication

ANPT : Agence Nationale de Promotion & de Développement des Parcs Technologiques

BMC : Business Model Canevas

TOT : The Training of Trainers

ANSEJ : Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes.

ANEM : L'Agence Nationale de l'Emploi.

ANADE : Agence nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat

METO : Maison de l'entrepreneuriat Tizi-Ozou

Introduction Générale

L'entrepreneuriat s'est peu à peu imposé comme le moteur du développement économique et social à travers le monde entier. Les entrepreneurs sont perçus comme les piliers de l'économie de marché, et leurs activités comme créatrices de valeur, d'emploi et d'avantages multiples pour les consommateurs. Nous vivons dans un modèle d'économie entrepreneuriale qui constitue la réponse politique, sociale et économique à une économie reposant sur le savoir et le capital entrepreneurial, ce dernier représentant la capacité à s'engager dans une activité entrepreneuriale et à la générer.¹

L'entrepreneuriat est intimement lié à la culture prévalant dans une société. S'il est question de culture, le système éducatif est évidemment concerné. Ce dernier, et en particulier le système universitaire, joue un rôle primordial dans la création et la diffusion d'une culture entrepreneuriale. La plupart des gouvernements insistent d'ailleurs sur la nécessité de sensibiliser davantage les étudiants à l'entrepreneuriat afin de stimuler la création de valeur et, par conséquent, le développement économique. En raison de l'évolution du monde du travail qu'ils intégreront après leurs études, les étudiants d'aujourd'hui doivent être à même de comprendre et d'intégrer une dimension économique, voire entrepreneuriale, dans leurs démarches professionnelles. Une sensibilisation à l'entrepreneuriat peut les amener à envisager de créer une activité nouvelle, créatrice de valeur et d'emplois, ou tout simplement à prendre leur avenir professionnel en main.²

L'accompagnement entrepreneurial il s'agit d'un processus organisé par une tierce partie qui s'inscrit dans la durée qui vise à faire bénéficier au porteur de projet ou à l'entrepreneur d'une dynamique d'apprentissage, d'une mise en réseau, d'une aide à la décision, d'un accès à des ressources et des services.³

Afin d'accompagner les porteurs de projets, des dispositifs nombreux sont mis à leur disposition, dont les objectifs et les formules d'aide sont multiples. S'agissant de l'entrepreneuriat des universitaires, les établissements de formation supérieure, ainsi que les

¹ F.JANSSEN, *Entreprendre : une introduction à l'entrepreneuriat* ; 2^{ème} édition ; P19 ; 2016 / books.google.com

² *Idem*

³ K.MESSEGHEM, *L'accompagnement entrepreneurial* (2021), pages 103 à 104 ; site : <https://www.cairn.info/l-accompagnement-entrepreneurial>

grandes écoles accordent une importance de plus en plus grande à l'initiation à l'esprit d'entreprise, à travers un ensemble d'actions pédagogiques et de recherche.⁴

Le but de notre recherche consiste de réaliser une étude sur l'efficacité de dispositif d'accompagnement à l'entrepreneuriat au milieu universitaire ; pour ce fait une problématique se pose :

Dans quelle mesure les dispositifs d'accompagnement à l'entrepreneuriat universitaire sont-ils efficace pour soutenir et favoriser la réussite des jeunes porteurs de projet ?

Pour pouvoir répondre à notre question principale d'autres questions sous-jacentes découle, à savoir :

- Qu'est-ce que l'entrepreneuriat et l'entrepreneur ?
- Quel est le rôle de la formation entrepreneuriale ?
- Quel est l'importance des dispositifs d'accompagnement à l'entrepreneuriat ?

Hypothèses de recherche

Dans le but de répondre à cette problématique, nous avons proposé ces hypothèses :

H01 : la maison de l'entrepreneuriat de l'Université Mouloud MAMMERRI de Tizi-Ouzou joue un rôle dans l'accompagnement des jeunes porteurs de projet.

H02 : la formation entrepreneuriale occupe une place importante dans l'université Mouloud MEMMERRI Tizi-Ouzou.

H03 : l'enseignement de l'entrepreneuriat reste essentiellement théorique.

Méthodologie de la recherche

⁴AMNACHE- CHIKH Sabrina Revue Etudes Economiques Volume: 16/ N°: 02 (2022), site : <https://www.asjp.cerist.dz/>consulté le 15/03/2023.

Pour répondre à notre problématique et afin de vérifier les hypothèses si elles sont confirmées ou infirmées, nous avons adopté la méthodologie suivante :

Pour la partie théorique consistera en une démarche conceptuelle où nous aurons à exploiter de différentes sources telle que, des ouvrages, articles, revues, et sites internet, cette enquête nous permettra d'acquérir des informations pertinentes sur les aspects théoriques ; cette démarche nous a permis de bien définir le concept entrepreneuriat et une présentions de l'entrepreneur à travers ses motivation et caractéristiques ,ainsi que sur le processus la création de l'entreprise ; et une partie sera dédié pour mettre en avant l'importance de la formation entrepreneuriale et les dispositif d'accompagner à l'entrepreneuriat.

La partie pratique on a effectué une étude qualitative, une collecte et analyse des données à travers un entretien avec un membre de la maison de l'entrepreneuriat de l'ummtu, et une analyse pour une revue économique établi par la responsable de la structure (METO) afin d'évaluer l'efficacité des dispositifs d'accompagne t a l'entrepreneuriat.

Plan de travail

Cette méthodologie nous a permis de partager notre travail en trois chapitres, notre plan de travail sera structuré comme suit :

Pour le premier chapitre intitulé de « **cadre théorique est conceptuel sur l'entrepreneuriat et la création d'entreprise** » composé de deux sections, la première sera dédié pour les généralités sur l'entrepreneuriat et entrepreneur, la deuxième pour présenter les étapes de création d'entreprise.

Le deuxième chapitre s'intitule « **la formation entrepreneuriale** » est diviser de en trois sections, la première abordera sur l'enseignement de l'entrepreneuriat au sein des universités Algériennes, la deuxième section se basera sur la formation à l'entrepreneuriat dans l'enseignement supérieur, dans la troisièmes portera sur la politique de promotion de l'entrenariat en milieu universitaire en Algérie.

Le troisième chapitre sera consacré sur « **étude l'efficacité de dispositif d'accompagnent à l'entrepreneuriat** », la première section portera sur la présentation de la maison de l'entrepreneuriat, dans la deuxième section nous expliquerons les résultats de notre enquête.

*Chapitre 01 : cadre théorique et conceptuel sur
l'entrepreneuriat et la création d'entreprise*

Introduction

L'entrepreneuriat, c'est l'action d'entreprendre la création de la richesse et de l'emploi et donc à plus grande échelle, contribué à la croissance économique, il fait également référence au processus de développement et de gestion d'une entreprise dans le but de réaliser un profit. Le concept consiste à identifier un besoin ou une opportunité sur le marché et à élaborer un plan pour y répondre ; Cela peut inclure la réalisation d'études de marchés, l'élaboration d'un modèle commercial, l'obtention de financements et la constitution d'une équipe.

Les entrepreneurs sont tenus à s'adapter aux conditions changeantes du marché, souvent dans le but d'y mettre un nouveau produit sur ce dernier, ils sont amenés à prendre des décisions ainsi que des risques financiers que ça soit au niveau de la gestion d'entreprise ou même pour ce qui concerne le développement de cette dernière à travers un nouveau service ou produit ; la réussite d'un entrepreneur est souvent liée à une combinaison de traits, tels que la créativité et la persévérance.

La création d'une entreprise étant l'acte fondamentale de l'entrepreneuriat, elle implique généralement la mise en place d'une structure juridique, d'une élaboration d'un plan d'affaires ainsi que l'obtention de financements, la recherche de lieux ou d'espace de travail n'est également pas des moindres ; l'action d'entreprendre peut être faite par des individuels ou même des partenaires commerciaux.

Ce chapitre sera consacré aux aspects théoriques du concept de l'entrepreneuriat, la première section sera dédiée à la présentation de ce dernier ; aux formes et aux paradigmes de ce concept ainsi que le processus et les capacités entrepreneuriales. Vers la suite on abordera l'entrepreneuriat en le présentant à travers ses motivations, ses caractéristiques ainsi que ses différentes typologies, on conclura ce chapitre par l'étape la plus cruciale à savoir, comment passer d'une idée à l'acte d'entreprendre ?

Section 01 : Les généralités sur l'entrepreneuriat / entrepreneur

Ce chapitre propose des définitions et concepts sur l'entrepreneuriat et l'entrepreneur, ainsi que les étapes de création d'une entreprise.

1.1 Définition L'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat a de multiples définitions, plusieurs auteurs l'ont défini et expliqué de différentes façons, selon Alain. FAYOLLE : « Tenter de définir l'entrepreneuriat constitue un exercice difficile, car les entrepreneurs et les activités entrepreneuriales ne sont guère aisés à identifier et à étudier, et le phénomène est hétérogène, complexe et équivoque »¹

La définition donnée par STEVENSON : « L'entrepreneuriat est le processus qui amène les personnes à envisager la propriété d'une entreprise comme une option ou solution de carrière viable, à arriver avec des projets d'entreprises à devenir des entrepreneurs, à lancer et à développer une entreprise»²

L.J. FILION définit l'entrepreneuriat comme étant « le champ qui étudie la pratique des entrepreneurs : leurs activités, leurs caractéristiques, les effets économiques et sociaux de leur comportement ainsi que les modes de soutien qui leur sont apportés pour faciliter l'expression d'activités entrepreneuriales »³

Et Azzedine TOUNES considère que « l'entrepreneuriat comme un processus dynamique et complexe. Il est le fruit de facteurs psychologiques, sociaux, culturels, politiques et économiques. Il prend la forme d'attitudes, d'aptitudes, de perceptions, de motivations et de comportements qui se manifestent dans un contexte donné »⁴

1.2 La démarche entrepreneuriale

L'entrepreneuriat étant défini en relation avec la notion de création de valeur, il convient de préciser le processus par lequel l'individu peut créer cette valeur. Shane et Venkataraman

¹ Alain. FAYOLLE « Le métier de créateur d'entreprise », Editions d'Organisation, 2003, Page 11

² VESTREATE.T « Entrepreneuriat : Modélisation du phénomène », revue de l'entrepreneuriat, vol 1 n°1,2001

³ FILION, L.J., 1997. « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », in Revue Internationale P.M.E., vol. 10, n° 2, p. 129-172.

⁴ TOUNES A, 2003, « L'intention entrepreneuriale ; une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (Bac+5) et des étudiants en DESS CAAE », Thèse de doctorat en sciences de gestion, France, P03

(2000) identifient trois étapes dans la démarche entrepreneuriale : l'identification de l'opportunité, la décision d'exploiter l'opportunité et son mode d'exploitation.⁵

a) L'identification de l'opportunité Celle-ci présuppose une intention de création d'activités. Au cours de cette étape d'identification, l'entrepreneur scrute son environnement, à la recherche de nouvelles idées qui lui permettent d'atteindre son objectif. Les avis sont partagés quant à la source des opportunités. Selon les économistes de l'école « autrichienne » (Hayek, Kirzner...), les opportunités émergent dans l'environnement indépendamment de l'individu qui les identifie. Elles apparaissent à un moment précis à la suite de changements technologiques, politiques, sociaux ou démographiques. Le rôle de l'entrepreneur consisterait, pour les tenants de cette école, à reconnaître ces opportunités existant déjà dans l'environnement. D'autres auteurs réfutent ce point de vue (Timmons, 1994) et suggèrent que les opportunités peuvent aussi se construire. Elles n'existeraient pas avant d'être découvertes par l'individu. L'entrepreneur devrait donc les créer.⁶

b) La décision d'exploiter l'opportunité Lorsque l'opportunité est identifiée, l'entrepreneur doit l'évaluer, afin de décider s'il va l'exploiter. Son rôle consiste alors à établir un jugement sur la valeur de l'opportunité et à faire ou non le choix de l'exploiter, ce qui suppose une certaine capacité d'engagement et de prise de décision. Lorsque l'entrepreneur décide d'exploiter une opportunité, il doit faire face à des contraintes liées à un haut degré d'incertitude et à une grande ambiguïté. Il devra chercher des solutions à des problèmes non encore parfaitement définis, trouver des applications à des idées non totalement développées et explorer des débouchés commerciaux pour des concepts encore très flous. Il dispose généralement, pour cela, de très peu de ressources en temps, en financement et en attention. Ses actions seront tournées principalement vers la recherche et la reconfiguration des ressources Cruciales, qu'elles soient tangibles (information, capital humain) ou non (capital social organisationnel et).⁷

⁵ F.JANSSEN, *Entreprendre : une introduction à l'entrepreneuriat* ; 2^{ème} édition ; P34 ;2009 / books.google.com

⁶ Idem

⁷ F.JANSSEN, *Op cite*, P 35

c)Le mode d'exploitation On distingue principalement deux façons d'exploiter une opportunité. La première tombe sous le sens : elle consiste à créer une nouvelle organisation ; la seconde consiste à vendre l'opportunité à des organisations existantes. Il va de soi que des situations intermédiaires existent. Certains employés d'organisations existantes décident d'exploiter les opportunités qu'ils ont découvertes pour le compte de leur employeur ou, au contraire, de le quitter et de créer une nouvelle entreprise. À l'inverse, des acteurs isolés décident de vendre l'opportunité décelée à une entreprise ou de la poursuivre en créant leur propre firme.⁸

1.3 Les formes de l'entrepreneuriat

1.3.1 Créer son entreprise en franchise

Entreprendre en franchise est une démarche de commercialisation impliquant deux principales parties : le franchiseur et les franchisés. C'est un système dans lequel le franchiseur (une entreprise) permet aux franchisés (d'autres entreprises indépendantes, à la fois juridiquement et financièrement) de reprendre un concept, vendre des produits ou services moyennant une compensation financière. Ainsi, le franchisé peut bénéficier de la notoriété de la marque du franchiseur, de son expertise, de son identité visuelle, d'une renommée déjà acquise ou encore de produits ou services déjà connus sur le marché. En retour, il s'acquitte d'un droit d'entrée lors de la signature du contrat et des «royalties » durant la collaboration.⁹

1.3.2 Créer son entreprise par essaimage

La création d'une entreprise par essaimage Elle consiste en le soutien apporté par une entreprise mère (dite entreprise essaimant) à un employé (dit essaimé) lui permettant de créer sa propre entreprise tout en restant salarié chez elle. Ces mesures peuvent prendre diverses formes comme le parrainage, une aide financière, l'appui d'expertise, un accès à l'information, le transfert de brevet ou d'activités etc. Créer une entreprise quand on est salarié et avec l'aide de son entreprise est certainement une démarche plus facile.¹⁰

⁸ Idem

⁹ <https://www.esam-ecoles.com/blogs/quelles-sont-les-differentes-formes-dentrepreneuriat> , consulté le 22/03/2023.

¹⁰ <https://fr.slideshare.net/charfimacc/chapitre2-les-formes-entrepreneuriales>, consulté le 22/03/2023.

On parle d'une entreprise créée par essaimage lorsqu'un employeur aide ses employés à entreprendre. On distingue trois sous-catégories de l'entrepreneuriat par essaimage :

- L'essaimage à chaud (ou social) : permet à l'entreprise « qui essaime » de résoudre un problème de sureffectif ou de mettre en place une politique de restructuration ;
- L'essaimage à froid (ou actif) : concerne les salariés porteurs de projet de création d'entreprise;
- L'essaimage stratégique : permet de mettre en œuvre une politique économique gagnant/gagnant pour externaliser une activité.¹¹

1.3.3 Reprise d'entreprise

C'est une forme d'entrepreneuriat qui consiste à reprendre une activité ou une entreprise déjà existante. Le créateur ici est une personne physique ou morale appelée repreneur. Il peut s'agir d'une ou de plusieurs personnes reprenant une PME, une start-up ou même une grande entreprise. A moins que l'exploitant n'exerce en nom propre, une question va se poser très tôt au repreneur : créer une nouvelle société et déposer de nouveaux statuts ou reprendre la société en cours ? Tout dépend de la situation. Concernant les relations avec les clients et les fournisseurs, le message de continuité représente en général un avantage non négligeable. Le Repreneur n'aura pas besoin de solder les comptes clients et fournisseurs pour ne pas remettre en cause d'éventuels avantages antérieurs durement acquis.¹²

La reprise d'entreprise Elle se définit selon les termes de Fayolle (2004) « comme un processus par lequel une personne physique ou morale, le repreneur, acquiert la propriété d'une entreprise ou d'une activité existante et occupe les fonctions de direction générale ». La reprise d'entreprise ou d'activité présente une différence de taille avec la création d'entreprise. L'organisation existe, elle n'a pas été créée. Il est alors possible de s'appuyer sur des données qui la décrivent dans son présent, son histoire, sa structure et son fonctionnement.¹³

1.3.4 Créer son entreprise en ex-nihilo

¹¹ <https://www.esam-ecoles.com/blogs/quelles-sont-les-differentes-formes-dentrepreneuriat>, consulté le 23/03/2023

¹² <https://www.esam-ecoles.com/blogs/quelles-sont-les-differentes-formes-dentrepreneuriat>, consulté le 23/03/2023

¹³ <https://fr.slideshare.net/charfimacc/chapitre2-les-formes-entrepreneuriales>, consulté le 23/03/2023

C'est la forme d'entrepreneuriat la plus plébiscitée par les jeunes porteurs de projet. Elle se base sur la concrétisation d'une « nouvelle » idée avec un investissement initial nul ou négligeable (pas de reprise, ni de rachat de fonds ou de franchise...). La motivation derrière cette forme d'entreprendre peut être une innovation, une réponse des problèmes rencontrés au quotidien par le porteur du projet ou encore l'identification d'un changement du microenvironnement qui pourrait être favorable à une affaire. Si le porteur de projet décide de se mettre à son propre compte après avoir travaillé dans une entreprise, il devra veiller au respect de l'obligation de loyauté vis à vis de son ancien employeur, en fonction des clauses de son contrat de travail. Certains salariés signent en effet des contrats prévoyant une clause qui interdit le lancement d'une activité concurrente pendant une période bien déterminée. Contrairement à ce que l'on pourrait croire, l'entrepreneuriat n'est pas seulement l'affaire de l'instinct. Une formation pointue et transversale vous aidera à dégrossir le travail et à maximiser les chances de succès.¹⁴

Le type création ex nihilo est la création d'une entreprise "à partir de rien". L'une des plus grandes difficultés de ce type de création est l'entrée sur le marché. Il faut être patient avant de pouvoir implanter son produit de façon idéale, d'acquérir des clients et de convaincre des partenaires au projet. Un autre point primordial est de vous démarquer de la concurrence. La prise de risque est la plus importante dans cette forme d'entrepreneuriat. Votre business plan doit être en béton et doit être étoffé de plusieurs études prédictives surtout sur le plan financier pour vous assurer un projet viable.¹⁵

1.3.5 L'intrapreneuriat

« La pratique d'utiliser les compétences entrepreneuriales sans prendre les risques ni la responsabilité associés aux activités entrepreneuriales. Elle est pratiquée par des travailleurs au sein d'une organisation établie qui utilise un modèle commercial ». ¹⁶

C'est un genre d'entrepreneuriat par essaimage, mais en interne. En effet, dans ce cas, l'employeur encourage le développement des compétences professionnelles et l'adoption de certaines habitudes entrepreneuriales au sein même de l'entreprise. Pour l'intrapreneur, cela

¹⁴ <https://www.esam-ecoles.com/blogs/quelles-sont-les-differentes-formes-dentrepreneuriat>, consulté le 24/03/2023.

¹⁵ <https://www.kiwili.com/fr/Blog/post/lentrepreneuriat-pour-qui-quelle-forme/>, cobsulté le 24/03/2023

¹⁶ Intrapreneuriat. Une stratégie syndicale pour l'innovation dans les entreprises européennes, Start Pro, Boulevard du Roi Albert II, 5 - B - 1210 Bruxelles, 2009, page4

représente une excellente opportunité d'apprentissage, d'expérimentation et de découverte, la prise de risque en moins. Il évolue tout de même dans le giron de l'entreprise, avec une restriction plus ou moins importante de la liberté d'action. Pour l'entreprise, l'avantage s'inscrit principalement dans l'innovation et l'aspect « ruche dynamique », notamment dans les structures de service.¹⁷

1.3.6 L'entrepreneuriat social

« La notion d'entrepreneuriat social a été élaborée depuis le milieu des années 1980 dans des contextes hétérogènes. Cinq de ces contextes permettent d'entrevoir les réalités contrastées aujourd'hui associées à ce terme. Chacun d'entre eux dispose d'acteurs clés, qui peuvent être des associations professionnelles, des fondations, des think tanks, des journalistes, mais aussi des chercheurs, dont l'action ne doit alors pas être simplement appréhendée à travers des enjeux de connaissance et d'analyse, mais aussi de reconnaissance et d'institutionnalisation de l'entrepreneuriat social »¹⁸

La forme de l'entrepreneuriat social concerne une entreprise dont l'activité économique a été conçue de manière à créer de la « valeur sociale », c'est-à-dire mettre en œuvre des solutions innovantes à des problèmes sociaux dans les domaines du développement durable, de l'environnement, de la santé ou toute activité pouvant bénéficier à la société.¹⁹

1.4 Les paradigmes de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat est à la fois un processus et un phénomène socio-économique qui se singularise par l'exploitation des opportunités d'affaires par un entrepreneur. Celui-ci est doté aussi bien du sens de l'initiative que de la capacité de prendre des risques afin de transformer les opportunités perçus en projet d'affaire dans le but de créer de la valeur économique pour la collectivité.²⁰

¹⁷ <https://www.esam-ecoles.com/blogs/quelles-sont-les-differentes-formes-dentrepreneuriat>, consulté le 24/03/2023

¹⁸ Ronan Le Velly, « Entrepreneuriat Social », Editions Presses de Sciences Po, 2014, p3

¹⁹ <https://www.kiwili.com/fr/Blog/post/lentrepreneuriat-pour-qui-quelle-forme/> consulté le 25/03/2023

²⁰ RUPHIN NDJAMBOU, l'entrepreneuriat au Gabon : bilan et perspectives ;2013, P124

L'entrepreneuriat est étudié théoriquement par le biais de quatre paradigmes complémentaires : opportunité d'affaire, création d'une organisation, création de valeur et innovation.²¹

FAYOLLE et VERSTRAETE (2005) pensent que l'entrepreneuriat est un domaine trop complexe et trop hétérogène pour se limiter à une seule définition. Ils proposent donc de classer les différentes définitions avancées par leurs auteurs selon quatre courants de pensée ou paradigmes.²²

1.4.1 Le paradigme de l'opportunité d'affaire

Cette perspective définit l'entrepreneuriat comme la capacité à créer ou à repérer des opportunités et à les exploiter (Shane et Venkataraman 2000). Elle y associe parfois d'autres notions, telle que la capacité à réunir les ressources pour poursuivre l'opportunité. Elle s'intéresse aux sources d'opportunité, au processus de découverte, d'évaluation et d'exploitation de celle-ci, ainsi qu'aux individus qui les découvrent, les évaluent et les exploitent.²³

Ce paradigme est réputé le plus récent dans le domaine de recherche en entrepreneuriat. Il est ancré dans les travaux fondateurs de Venkataraman(1997) et Shane (2000). D'ores et déjà, le champ de l'entrepreneuriat est défini, ici, comme « l'examen approfondi de comment, par qui et avec quels résultats sont découvertes, évaluées et exploitées les opportunités de création de futurs biens et services ». Le paradigme de l'opportunité d'affaire tient son origine du marketing, en vue de répondre à des besoins non encore satisfaits sur le marché, chose qui a engendré un réel regain d'intérêt de ce paradigme dans le domaine de l'entrepreneuriat.²⁴

1.4.2 Le paradigme de la création d'une organisation

Ce courant de pensée définit l'entrepreneuriat comme la création d'une organisation par une ou plusieurs personnes (Gartner1990). La notion d'organisation ne s'y réduit pas à celle d'entreprise.²⁵

²¹ Idem

²² F.JANSSEN, Op cite, P32

²³ Idem

²⁴ <https://fr.scribd.com/document/458415288/2-Les-Paradigmes-de-l-Entrepreneuriat-docx#>, consulté le 25/03/2023.

²⁵ F.JANSSEN, Op cite, P32

Ce courant de pensée définit l'entrepreneuriat comme la capacité à transformer ses rêves en actes par création d'une organisation (Gartner et Shane 1995).²⁶

1.4.3 Le paradigme de la création de valeur

Cette approche définit l'entrepreneuriat comme un phénomène ou un processus créant de la valeur (Ronstadt, 1984 ; Bruyat et Julien, 2001), qu'elle soit individuelle, économique, ou sociale. Les travaux portant sur le lien entre l'entrepreneuriat et croissance économique peuvent être rattachés à ce paradigme.²⁷

L'entrepreneuriat est souvent considéré comme apporteur de richesse et d'emploi pour la nation, disons globalement de valeur. Ses enjeux économiques et sociaux sont relevés depuis longtemps (voir Fayolle 2003). De nombreuses études portent le témoignage, à l'instar de ce qui a pu se faire pour la PME, de cette contribution. Ainsi, depuis plusieurs années le programme de recherche international GEM (Global Entrepreneurship Monitor), initié par Paul Reynolds, s'efforce de démontrer l'existence de liens forts entre les activités entrepreneuriales et la croissance économique dans de nombreux pays.

La création de valeur consiste, d'une part, à accroître la productivité de l'entreprise et, d'autre part, à rechercher une croissance durable et rentable. La création de valeur peut s'apprécier à travers la capacité de l'entreprise à effectuer des investissements, plus ou moins risqués, avec une rentabilité qui est supérieure au coût moyen pondéré du capital. La création de valeur s'effectue au profit de l'ensemble des investisseurs, actionnaires et créanciers (amélioration de la structure financière), de la société.²⁸

1.4.4 Le paradigme de l'innovation

Ce courant accorde une importance capitale à l'innovation dans la définition de l'entrepreneuriat (Julmarién et Marchesnay, 1996 ; Drucker, 1985). Pour Carland et al. (1984), l'innovation permettrait également de différencier les entrepreneurs des propriétaires-dirigeants des PME. L'innovation peut prendre de nombreuses formes différentes (nouveau produit ou service, nouvelle source de matière première).²⁹

²⁶ BERNARD SURLEMONT Pédagogie et esprit d'entreprendre. 2009 . P24

²⁷ F.JANSSEN, Op cite, P32

²⁸ <https://fr.scribd.com/document/458415288/2-Les-Paradigmes-de-l-Entrepreneuriat-docx#> ,consulté le 25/03/2023.

²⁹ F.JANSSEN, Op cite, P33

1.5 Capacité entrepreneuriale

Il n'existe pas de listes de capacités qui soient spécifiquement entrepreneuriales. La plupart des capacités entrepreneuriales sont associées à d'autres capacités génériques, traditionnellement dans des domaines tels que les habilités de vie privée ou de relations interpersonnelles. Parmi ces capacités, l'on retrouve notamment les éléments suivants (Kearney, 1999) :³⁰

- générer, identifier et évaluer des opportunités ;
- identifier, évaluer et gérer les risques ;
- faire correspondre des objectifs et des capacités personnels avec un projet;
- planifier et organiser ;
- trouver et gérer les ressources ;
- collecter, organiser et analyser des informations ;
- communiquer des idées et des informations ;
- prendre l'initiative et faire preuve de dynamisme ;
- générer et utiliser des idées et des processus créatifs ;
- résoudre les problèmes ;
- travailler en groupe ;
- être flexible et accepter le changement ;
- négocier et influencer ;
- contrôler et évaluer;
- être responsable.

1.6 L'entrepreneur

³⁰ F.JANSSEN, Op cite, P36

1.6.1 Définition

« Une personne qui prend l'initiative de rassembler certains moyens, dans une certaine forme et pour un certain but. Cette entité dispose d'une relative autonomie et la personne qui en a l'idée la dirige et en prend le risque ». ³¹

« L'entrepreneur réunit trois composantes, l'assomption du risque financier, l'esprit d'organisation, l'esprit d'innovation, qui constituent les bases de l'esprit d'entreprise et justifient la rémunération attendue, le profit ». ³²

1.6.2 Les motivations d'un entrepreneur

Les motivations de l'entrepreneur peuvent être regroupées sous deux catégories génériques : les motivations de type « pull », qui sont des facteurs intrinsèques que l'entrepreneur contrôle, et les motivations de type « push », qui sont des facteurs extrinsèques sur lesquels le dirigeant n'a que peu d'emprise. Pour Johnson et Darnell (1976), la création de nouvelles entreprises implique un déplacement d'individus, salariés ou sans-emploi, vers un statut de travailleur indépendant. Une telle décision est prise lorsque les bénéfices nets monétaires et non monétaires résultant du statut d'indépendant excèdent ceux qui sont obtenus en gardant un statut de salarié ou de sans-emploi. Cette décision peut, selon ces auteurs, être déclenchée par des motivations push ou pull. On peut donc parler de facteur pull motivant la création d'une entreprise quand celle-ci est considérée par l'entrepreneur comme créatrice d'avantages matériels ou non matériels, et de facteur push quand la création découle d'un conflit entre la situation actuelle de l'entrepreneur et celle qu'il souhaiterait connaître. La perception d'une opportunité de marché, la réalisation personnelle ou la recherche de profit peuvent être considérées comme des motivations pull, tandis qu'une situation de chômage, d'insécurité d'emploi, un emploi peu satisfaisant, peu rémunérateur ou sans perspective de progression sont typiquement des motivations push. Depuis les travaux du Global Entrepreneurship Monitor la distinction push-pull a cédé la place aux concepts d'« entrepreneur de nécessité » (push) et d'« entrepreneur d'opportunité » (pull). ³³

³¹ Shapiro, cité par Emile-Michel Hernandez, le processus entrepreneurial vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat, le Harmattan, Paris 1999, page 46

³² MARCHESNAY Michel « Petite entreprise et entrepreneur », Paris, deuxième édition 1997.

³³ F.JANSSEN, Op cite, P43

A. Entrepreneur Push

L'approche « push » correspond au concept d'entrepreneuriat par nécessité (Z. Acs et al. 2005 ; P. Reynolds et al. 2002). Il comporte deux aspects. Le premier, de nature économique, concerne le fait de ne pas avoir d'emploi. Le deuxième, de nature non économique, est matérialisé par l'insatisfaction au travail (D. Bradley et J. Roberts, 2005 ; C. Stoner et F. Fry, 1982 ; R. Brockhaus, 1980 ; A. Cooper, 1971).³⁴

Les « push motivations » font référence à des expériences négatives, telles que des situations liées à l'emploi (exigences familiales, chômage, licenciement, impossibilité de trouver un emploi ou encore insatisfaction au travail due par exemple à une mauvaise ambiance, à l'absence de possibilités de promotion, à de mauvaises relations avec la hiérarchie, etc.).³⁵

B. Entrepreneur Pull

La théorie « pull » voit la création d'entreprise comme le résultat d'une culture entrepreneuriale (K. Hughes, 2003). Elle serait motivée par une recherche d'indépendance et d'autonomie, mais aussi par le fait d'avoir repéré une opportunité d'affaires à développer. Les deux dimensions qui constituent l'approche « pull » (l'opportunité d'affaires et le désir d'indépendance), sont souvent regardées de manière positive car elles considèrent la création d'entreprise comme un choix individuel et volontaire (J. Kirkwood et C. Campbell-Hunt, 2007).³⁶

Les « pull motivations » sont des facteurs positifs, qui peuvent être, entre autre, le besoin d'indépendance, d'accomplissement personnel, le désir de richesse, la volonté de relever un défi, le pouvoir, les opportunités.³⁷

Alors les Motivations sont regroupées en deux catégories :

³⁴ Pour une nouvelle approche de la motivation entrepreneuriale par Inès GABARRET et Benjamin VEDEL dans la revue des sciences de gestion 2015/1 N°271, consultation site : <https://www.cairn.info>, consulté le /03/2023

³⁵ Motivation et typologie d'entrepreneur par Sabrina BELLANCA et Olivier COLOT dans la revue des sciences de gestion 2014/2 N°266, consultation site : <https://www.cairn.info>, consulté le /03/2023

³⁶ Pour une nouvelle approche de la motivation entrepreneuriale par Inès GABARRET et Benjamin VEDEL dans la revue des sciences de gestion 2015/1 N°271, consultation site : <https://www.cairn.info>, consulté le /03/2023

³⁷ Motivation et typologie d'entrepreneur par Sabrina BELLANCA et Olivier COLOT dans la revue des sciences de gestion 2014/2 N°266, consultation site : <https://www.cairn.info>; consulté le /03/2023

Motivation « pull » contrôlée par l'entrepreneur d'opportunité

- Maximisation du profit (modèle classique),
- Indépendance professionnelle et financière,
- Recherche d'autonomie de décision et du pouvoir,
- Satisfaction psychologique par la réalisation de soi (sommet de la pyramide des besoins de Maslow),
- Exploiter une opportunité,
- Croissance et pérennité de l'entreprise.

Motivation « push » non contrôlée par l'entrepreneur de nécessité

- Etre en situation de chômage,
- Avoir un emploi peu ou non satisfaisant (peu rémunérateur et sans perspective de progression),
- Avoir un emploi non sécurisé (emploi à temps partiel, emploi à durée déterminée)³⁸

1.6.3 Typologie de l'entrepreneur

A) Smith (1967) fut l'un des premiers à proposer une typologie. Il distingue deux types d'entrepreneurs : l'artisan et l'opportuniste. Selon sa définition ;³⁹

A.1 L'entrepreneur artisan a une éducation relativement limitée. C'est souvent un ancien ouvrier qui, fort de son expérience technique, maîtrise les machines qu'il utilise. Il a un style de management plutôt paternaliste : il exige fidélité et loyauté des autres. Il communique assez mal et a essentiellement une approche de court terme. Il recherche l'autonomie. On le retrouverait généralement dans des secteurs peu innovants. ⁴⁰

A.2 L'entrepreneur opportuniste, quant à lui, est scolarisé. C'est souvent un ancien manager aux expériences professionnelles variées. Son objectif est la croissance de son

³⁸ Madame SOUKI, cours entrepreneuriat ,2éme master management marketing, 2022/2023

³⁹ F.JANSSEN, Op cite, P43

⁴⁰ Idem

entreprise. Il a un style de management participatif, qui le pousse à déléguer aisément. Il planifie à long terme et on le trouve dans des secteurs plus innovants.⁴¹

B) Stanworth et Curran (1976), eux, distinguent l'artisan, l'entrepreneur classique et le manager.⁴²

B.1 L'artisan est surtout motivé par les avantages intrinsèques liés à son rôle de chef d'entreprise, tels que l'autonomie, le statut ou le pouvoir. Il est plus préoccupé par la survie de son entreprise que par sa croissance. Même s'il recherche, lui aussi, les avantages liés à la fonction entrepreneuriale.⁴³

B.2 L'entrepreneur classique est davantage mû par l'intérêt financier. La croissance de son entreprise lui pose un grave dilemme. Bien qu'elle soit nécessaire pour assurer des rendements futurs, elle engendre de tels bouleversements dans la structure organisationnelle qu'il craint d'être dépossédé de son pouvoir et de son contrôle sur la société.⁴⁴

B.3 l'entrepreneur manager il est intéressé au premier chef par la reconnaissance de ses aptitudes managériales. Dans cette optique, l'expansion rapide de son entreprise et la rentabilité sont des critères objectifs qui prouvent la qualité de sa gestion.⁴⁵

C) Julien et Marchesnay (1996) ont également proposé une typologie basée sur la logique d'action de l'entrepreneur. Selon ces auteurs, on distingue chez lui trois grandes aspirations socioéconomiques : la pérennité de l'entreprise, impliquant notamment l'espoir de transmettre celle-ci à un membre de la famille, l'indépendance et la croissance. Sur base de ces aspirations, ils distinguent deux logiques d'action et dégagent deux grands types d'entrepreneurs.⁴⁶

C.1 Le premier, appelé « entrepreneur PIC » (pérennité, indépendance, croissance), vise surtout à accumuler du patrimoine et place la pérennité de son entreprise au premier plan. De ce fait, il cherche à rester indépendant et refuse les apports de capitaux externes à l'entreprise.

⁴¹ F.JANSSEN, Op cite, P44

⁴² Idem

⁴³ Idem

⁴⁴ Idem

⁴⁵ Idem

⁴⁶ Idem

La croissance de son entreprise sera réactive, c'est-à-dire qu'il ne l'acceptera que dans la mesure où elle ne menace pas la pérennité de l'entreprise et son indépendance.⁴⁷

C.2 Le second, appelé « CAP » (croissance, autonomie, pérennité) privilégie une logique d'action entrepreneuriale et vise une croissance forte. S'il souhaite conserver une autonomie de décision, l'indépendance financière ne le préoccupe guère.⁴⁸

1.6.4 Les caractéristiques d'un entrepreneur

Les études ont notamment porté sur les traits suivant :

• Le besoin d'accomplissement

Les recherches sur les traits ont, par exemple, pour objectif de démontrer qu'une des caractéristiques principales du comportement entrepreneurial réside dans le besoin d'accomplissement, c'est-à-dire le besoin d'exceller et d'atteindre un certain but dans un objectif d'accomplissement personnel (McClelland, 1961). Ce besoin d'accomplissement (ou « nAch », pour « need for achievement ») est généralement plus important chez les individus qui préfèrent des tâches contenant un défi aux tâches routinières. Ces individus prennent des responsabilités personnelles à propos de leur performance, sont avides d'avis sur leurs prestations et à la recherche de moyens nouveaux et meilleurs pour améliorer cette performance. Une relation causale entre un besoin d'accomplissement et le fait de diriger et de posséder une entreprise n'a toutefois jamais pu être démontrée empiriquement (Brockhaus, 1982).⁴⁹

• La prise de risques (McClelland, 1961)

Définie en termes de probabilité ou de disposition d'un individu à prendre des risques, elle peut se révéler, dans le cas de la création d'entreprise, dans le choix de poursuivre une idée d'affaire dont les probabilités de succès sont faibles. Or, cette tolérance au risque est plus importante chez certains individus que chez d'autres. La création d'entreprise serait réservée à ceux qui auraient une moindre aversion au risque. Force est de constater que les chercheurs qui

⁴⁷ Idem

⁴⁸ Idem

⁴⁹ F.JANSEN, Op cite, P46

s'y sont intéressés sont loin d'être unanimes sur cette notion. Certains la rejettent purement et simplement ; d'autres estiment que l'entrepreneur prendrait des risques modérés, tandis que d'autres encore considèrent que la propension à prendre des risques est l'essence même de l'activité entrepreneuriale (Gasse, 1987).⁵⁰

• **L'esprit inventif**

Il s'agit de la préférence pour de nouvelles façons d'agir et de faire les choses. Dans le cas de la création d'entreprise, cette préférence ira à l'introduction de nouveaux produits, de nouveaux services, de nouveaux marchés, de nouveaux modèles d'affaires ou de nouvelles technologies.⁵¹

• **L'autonomie (Davids, 1963)**

Le besoin d'autonomie se manifeste chez les individus qui préfèrent mettre en place leurs propres objectifs, développer des plans d'action et contrôler eux-mêmes la réalisation de leurs objectifs. Ces individus cherchent à éviter les restrictions et les rôles établis dans les organisations et choisissent ainsi une activité indépendante. Les individus qui présentent un haut degré d'autonomie seraient ainsi naturellement à l'aise dans une activité entrepreneuriale. Le concept de personnalité « déviante » est proche de ce besoin d'autonomie. Selon Kets De Vries (1977), l'entrepreneur serait une personne déviante en ce sens qu'il (ou elle) serait incapable de se soumettre à l'autorité d'autrui et de s'adapter aux structures d'une organisation existante. Cela expliquerait pourquoi l'entrepreneur cherche à créer sa propre organisation, fonctionnant selon les règles qu'il a fixées.⁵²

• **Contrôle de son destin**

Une autre caractéristique psychologique mise en avant par la recherche a trait au lieu de contrôle du destin, concept issu d'une théorie développée par Rotter dans les années 1960. L'entrepreneur aurait une motivation de contrôle du destin : pour lui, les conséquences de ses actions dépendraient de son propre comportement et ne seraient pas le résultat d'autres causes, comme le hasard ou la décision d'autrui (Borland, 1974). Si l'entrepreneur ne se croyait pas

⁵⁰ Idem

⁵¹ Idem

⁵² F.JANSEN, Op cite, P47

capable de contrôler la performance de son entreprise, il n'aurait aucune raison de chercher activement à changer l'ordre des choses. Les travaux empiriques visant à valider cette théorie n'ont toutefois pu établir qu'une corrélation positive modeste entre ce trait psychologique et l'entrepreneur (Brockhaus, 1982).⁵³

• **La confiance en soi (Davids, 1963)**

Il s'agit de la confiance en sa capacité à réaliser efficacement certaines actions. Les individus qui ont une grande confiance en eux sont plus à même de persévérer lorsque les problèmes apparaissent et d'agir pour résoudre les problèmes. Ils seraient plus intuitifs, auraient un plus grand espoir de réussite et s'engageraient dans des perspectives à long terme.⁵⁴

Durant les années 1980, des chercheurs ont tenté de cerner tous les traits de l'entrepreneur type. Le tableau présente une synthèse de cette tentative :

Tableau N° 01 : caractéristique psychologique d'un entrepreneur

Esprit inventif	Besoin d'accomplissement
Leaders	Contrôle du destin
Preneurs de risques modérés	Confiance en soi
Indépendants	Implication à long terme
Créateurs	Tolérance à l'ambiguïté et à l'incertitude
Énergiques	Initiative
Persévérants	Apprentissage
Originaux	Utilisation de ressources
Optimistes	Sensibilité envers les autres
Orientés vers les résultats	Agressivité
Flexibles	Tendance à faire confiance
Débrouillards	Argent comme mesure de performance

Source : FILION 1997

⁵³ Idem

⁵⁴ Idem

Section 2 : De l'idée a la création d'entreprise

2.1 Définitions les concepts de base

2.1.1 Idée

L'idée clé de réussite d'un projet, À la base de toute création d'entreprise, il y a une idée. Cette idée peut être la vôtre, ou un concept mis au point par d'autres personnes et que vous allez développer. L'idée peut avoir de nombreuses origines : elle peut être née de votre expérience professionnelle, d'un savoir-faire, d'une formation initiale vous ayant permis d'acquérir les compétences indispensables, ou encore de simples circonstances vous ayant offert l'opportunité de vous lancer. Dans tous les cas, vous devez faire preuve d'esprit critique et rechercher en toute objectivité les forces et, surtout, les faiblesses de votre projet.⁵⁵

Une idée, c'est un nouveau produit, un nouveau service, une nouvelle façon de proposer un produit ou un service existant. Elle peut être protéiforme et elle doit être ambitieuse et relativement sans barrière et sans limite.⁵⁶

L'idée est personnelle et peut survenir dans différent circonstance de la vie .elle peut être stimulé, provoquée ou venir spontanément .l'idée peut trouver sa place ou pas dans un environnement donné, elle peut contribuer à créer plus ou moins de valeur.⁵⁷

A.1 La recherche d'idée

Une des premières choses à faire pour identifier un besoin et faire naître des idées, c'est observez activement. Regardez, écoutez, cherchez et demandez afin de développer un niveau élevé de sensibilité entrepreneuriale.⁵⁸

Quelque technique de recherche d'idée : l'observation critique, l'analyse des défauts, l'observation de projection, l'observation visionnaire, l'observation de soi...⁵⁹

B.1 Le choix de l'idée

⁵⁵ Article publié originellement sur Le Guide du créateur et du repreneur d'entreprise en 2019

⁵⁶ BERGERAULT .F et N.BERGERAULT ; De l'idée a la création d'entreprise : comment concrétiser votre projet ; P52 ; 2016.

⁵⁷ALAIN FAYOLLE ; Entrepreneuriat : apprendre à entreprendre ,2004; P87

⁵⁸ S.CHARTIER mon projet d'entreprise : de l'idée au plan d'affaire ; P17 :2020.

⁵⁹ S.CHARTIER ; Op cite ; P18

Une bonne idée à nos yeux n'est pas nécessairement une bonne idée pour les autres. Il faut savoir ouvrir son esprit sur notre idée et se mettre dans la peau du consommateur potentiel.⁶⁰

2.1.2 L'entreprise

D'après l'INSEE, l'entreprise est une « unité économique, juridiquement autonome dont la fonction principale est de produire des biens ou des services pour le marché »

Dans le Manuel d'économie politique de Pareto (1909/1981) : « L'entreprise est l'organisation qui réunit les éléments de la production et qui les dispose de façon à l'accomplir. (...) L'entreprise peut revêtir différentes formes : elle peut être confiée à des particuliers, ou être exercée par l'Etat, les communes, etc. ; mais cela ne change rien à sa nature. On peut se faire une représentation matérielle de l'entreprise, en considérant un récipient où viennent aboutir de nombreux canaux, qui représentent les éléments de la production et d'où sort un courant unique, qui représente le produit » (p. 286).

2.1.3 Création d'entreprise

De la naissance d'une idée à l'immatriculation d'une société, la création d'entreprise regroupe l'ensemble des démarches et des étapes indispensables et obligatoires pour démarrer une activité indépendante.⁶¹

2.2 Les étapes de création d'entreprise

2.2.1 Plan d'affaire

Le plan d'affaires, ou business plan, est un document écrit qui présente le projet de l'entrepreneur et son modèle économique, puis qui propose ensuite une étude financière composée de plusieurs tableaux. Il s'agit d'un outil très important pour l'entrepreneur, notamment pour prouver la viabilité de son projet et pour communiquer avec des partenaires potentiels.⁶²

⁶⁰S.CHARTIER ; Op cite ; P19

⁶¹ <https://www.beaboss.fr/Definitions-Glossaire/Creation-d-entreprise>, consulté le 28/03/2023.

⁶² <https://www.lecoindesentrepreneurs.fr/>, consulté le 28/03/2023.

« Le BP est, avant tout, un moyen pour le futur entrepreneur de clarifier sa vision de l'entreprise en précisant les éléments fondamentaux comme : son équipe, son activité précise, ses moyens, sa rentabilité et son avenir. La démarche de construction du BP se matérialise par un document de synthèse, qui raconte une histoire et sa traduction financière. La réelle valeur d'un BP n'est pas le fait de présenter un document écrit fini. Toute sa valeur repose sur le processus de recherche et de réflexion systématique pour construire le projet. La plus grande partie du temps sera consacrée, pendant cette période de construction, à la recherche d'idées, de solutions, à repenser et retravailler ces solutions. Là, réside la valeur du processus de construction d'un BP. Aussi, il est important de prendre le temps pour le construire proprement: ceux qui agissent ainsi ne regrettent jamais leur effort »⁶³

A.Processus d'élaboration d'un plan d'affaire

•Phase descriptive et analytique

Cette phase consiste à présenter le contexte du projet qu'il soit le contexte interne ou externe. Concrètement l'entrepreneur établit l'analyse des forces et des faiblesses du projet ainsi que les opportunités et les menaces de l'environnement au sens large (marché, concurrents, grandes tendances...). Cette étape permet de dégager les options possibles pour l'exploitation de l'opportunité et de définir les motivations et les ambitions de l'entrepreneur.

•Phase conceptuelle

Cette phase vise à définir les orientations stratégiques de l'entreprise en précisant les lignes directrices du développement de celle-ci sans entrer dans les modalités de mise en œuvre.

•Phase opérationnelle

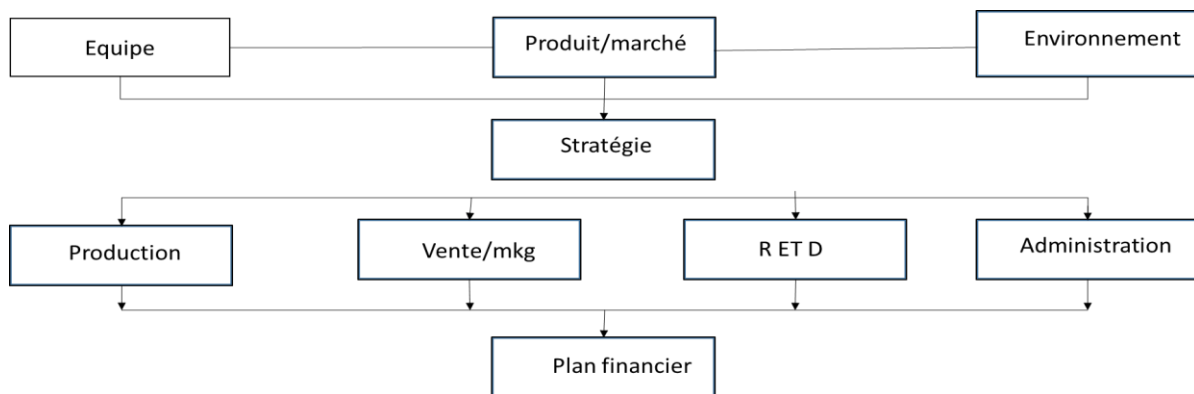
Cette phase consiste à décliner la stratégie sous forme d'un plan d'action relatif à la production (comment le bien et/ ou service sera-t-il produit), à la vente et au marketing (quel prix fixé ? ou vendre le produit ?, qui achètera le produit ?...), à la gestion de la ressource humaine (la constitution de l'équipe, la fixation des salaires, la motivation...)

⁶³ - Catherine Léger-Jarniou, Georges Kalousis, « Construire son business plan », Paris, 4ème édition, Dunod 2017, p.8

•Phase de simulation financière

Elle a pour objet de traduire le plan d'action en états financiers prévisionnels (vérifier la pertinence économique). Cela permettra des décisions importantes concernant la politique de financement de l'entreprise.⁶⁴

Figure 01 : les étapes d'élaboration d'un plan d'affaire



Source : Janson (2009, p.125)

B. Le rôle d'un business plan

À la genèse de tout projet d'entreprise, de création ou de reprise, il y a un business plan. Ce document de référence écrit permet de formaliser le projet et le processus de création. Il est, d'une manière générale, établi après l'évaluation de la viabilité du projet qu'il vient démontrer de manière structurée. Le rôle d'un business plan Document indispensable pour tout projet de création, de reprise ou encore de développement, le business plan vient expliquer la singularité du projet, ses différentes opportunités commerciales, les plans d'action à mettre en place et il traduit en termes financiers sa mise en place ou les besoins nécessaires. Le business plan est un document de référence qui accompagnera le créateur et l'entrepreneur dans son projet sur les plans financiers, commerciaux et stratégiques. Il permettra ainsi de déterminer et de justifier la fiabilité du projet tout autant que sa rentabilité. Il joue donc un rôle capital dans la définition des objectifs du projet, sa gestion et son rayonnement auprès de potentiels investisseurs et financiers.⁶⁵

⁶⁴ Madame SOUKI, cours entrepreneuriat ,2ème master management marketing, 2022/2023

⁶⁵ <https://www.google.com/amp/s/www.sage.com/fr-ma/blog/glossaire/business-plan-definition-du->, consulté le 29/03/2023

2.2.2 Analyse de marché

Une fois que l'entrepreneur dispose d'une idée d'activité pour démarrer une entreprise, il devra s'assurer que le marché sur lequel il souhaite se lancer réponde à ses attentes. Pour cela, il est nécessaire de réaliser une étude de marché.

2.2.2.1 Les outils d'analyse⁶⁶

A . PESTEL

La méthode PESTEL est intéressante pour déterminer et surveiller les facteurs macro-environnementaux qui impactent positivement ou négativement un organisme ou une entreprise.

Cet outil d'analyse de l'environnement permet à l'entreprise de mieux comprendre le fonctionnement de son marché. Il permet aussi d'élaborer des scénarios et d'anticiper l'évolution de son environnement dans l'optique de maintenir sa position et de rester concurrentiel.

Tableau 02 : outil d'analyse PESTEL

P Politique	E Economie	S Social	T Technologie	E Environnement	L Legal
Stabilité gouvernement Corruption Fiscalité Liberté de la presse Réglementation Tarifs spéciaux Force syndicales Règles concurrence Participation des électeurs Manifestations Niveau des subventions Relations bilatérales Importations / exportations Contrôle du commerce Lobbying Budgets publics Facteurs économiques	Taux de croissance Taux d'intérêt Taux d'inflation Taux de change Crédit Revenu disponible Niveau dépense Déficits budgétaires Évolution du PIB Chômage Marché boursier Fluctuations des prix Facteurs sociaux	Taille population Taux de natalité / mortalité Mariages / divorces Immigration / émigration Espérance de vie Répartition richesse Classes sociales Revenu / habitant Modes de vie Santé Revenu disponible Attitude / travail Habitudes d'achat Education Minorités Épargne Technologies	Incitations technologiques Automatisation Activité de R&D Changement technologique Accès nouvelles technologies Innovation Conscience technologique Infrastructure Internet Infrastructure communication Cycle de vie de la technologie	Météo Climat Politiques environnementales Changement climatique Pressions ONG Catastrophes naturelles Pollution Recyclage Produits verts Énergies renouvelables	Discrimination Lois antitrust Droit du travail Protection consommateurs Droit d'auteur & brevets Lois santé & sécurité Lois sur l'éducation Protection des données

Source : <https://www.leblogdudirigeant.com/>

B. Les 5 forces de Porter

⁶⁶ <https://www.appvizer.fr/magazine/marketing/analyses-marketing/outils-analyse-marketing>, consulté le 29/03/2023

Mis au point dans les années 70 par le professeur de stratégie américain Michael Porter, cet outil analyse l'environnement concurrentiel d'une entreprise. Il évalue les niveaux de rentabilité, d'opportunité et de risque d'une activité en fonction de 5 facteurs clés :

- L'intensité de la concurrence directe,
- le pouvoir de négociation des clients,
- Le pouvoir de négociation des fournisseurs,
- La menace des nouveaux entrants,
- Et la menace des produits de substitution.

L'outil de Porter permet de déterminer avec précision les opportunités et les menaces propres à une entreprise. Il est utile pour ajuster en fonction la stratégie commerciale et générer plus de bénéfices.

C. La matrice BCG

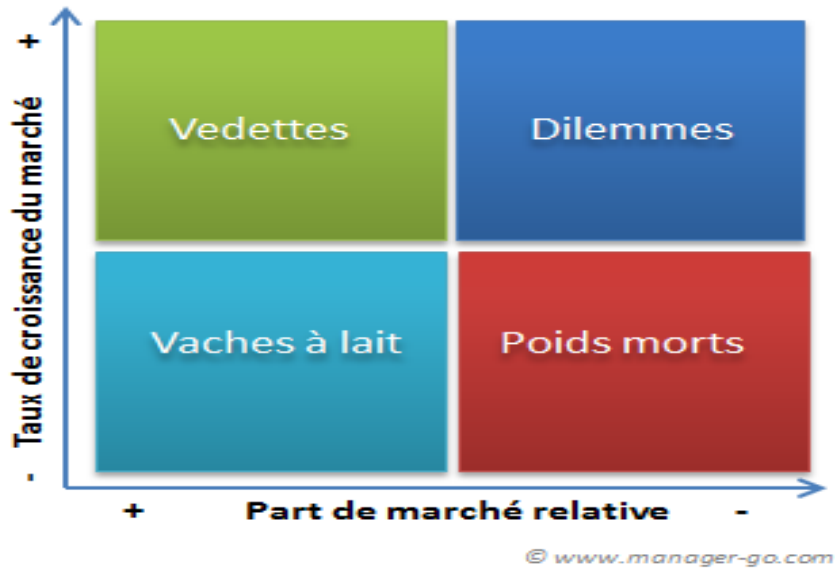
Cet outil de gestion et d'analyse de portefeuille de l'entreprise a été développé dans les années 60-70 par le groupe de conseil Boston Consulting Group. La matrice BCG sert à déterminer le positionnement d'une entreprise en s'appuyant sur le taux de croissance du marché et la part détenue par l'entreprise vis-à-vis de ses concurrents.

Elle évalue ainsi le niveau d'attractivité des activités ou des produits et permet de les classer selon les quatre catégories suivantes :

- Les produits ou les activités « vaches à lait », c'est-à-dire ceux qu'ont un faible taux de croissance et qui nécessitent peu d'investissements, mais qui assurent de nombreux bénéfices ;
- Les produits vedettes qui participent à la croissance de l'entreprise ;
- Les produits « poids morts » qui n'engendrent plus de profit et qui ne soutiennent plus le développement de l'entreprise ;
- Les produits dilemme qui se situent dans un entre-deux et qui peuvent soit finir en produits stars soit en poids morts.

Cette méthode permet à l'entreprise de rééquilibrer ses investissements selon le positionnement de ses produits ou activités.

Figure 02 : la matrice BCG



Source : <https://www.manager-go.com/strategie-entreprise/matrice-bcg.htm>

D. La matrice d'Ansoff

Imaginé par le mathématicien Igor Ansoff, cet outil d'analyse a été présenté dans la Harvard Business Review en 1957. Il permet d'étudier quatre stratégies de développement possibles en mettant en relation, pour chacune d'elles, les produits (ou services) et les marchés :

- La pénétration du marché (augmenter la présence de l'entreprise sur ses marchés) ;
- Le développement du marché (se positionner sur de nouveaux marchés) ;
- Le développement du produit (améliorer les produits ou offres pour pénétrer d'autres marchés) ;
- La diversification (créer de nouveaux produits pour se placer sur de nouveaux marchés).

La matrice d'Ansoff est un outil d'aide à la décision. Elle permet de dégager la stratégie la plus adaptée en fonction de l'entreprise et de son offre de produit ou services.

E. La matrice McKinsey

Elle est aussi appelée « matrice attraits/atouts », car elle permet de mesurer chaque domaine d'activité de l'entreprise selon deux axes :

- l'attrait du marché,
- les atouts concurrentiels.

Chaque axe est étudié selon différentes variables (accessibilité, taux de croissance, marge brute, concurrents... pour l'attractivité du marché et part de marché, prix, image de marque...pour la compétitivité). Cet outil d'aide à la décision stratégique a été élaboré par le cabinet de conseil McKinsey & Company dans les années 70.

La matrice McKinsey a pour but d'évaluer la position des domaines d'activité stratégiques (DAS) d'une entreprise sur le marché. Elle facilite la gestion d'un portefeuille d'activités et aide à concevoir des stratégies pertinentes.

F. La chaîne de valeur

Elle a également été créée par Michael Porter (auteur du concept des 5 forces). Elle est utilisée pour étudier et analyser les activités apportant le plus de valeur ajoutée à l'entreprise.

Cet outil marketing permet de savoir quelles activités de l'entreprise présentent un avantage concurrentiel. Il permet aussi de préciser les coûts liés à ces activités.

G. L'analyse SWOT

SWOT pour « Strength, Weaknesses, Opportunités et Threads » soit : Forces, Faiblesses, Opportunités et Menaces.

L'analyse SWOT permet de déterminer :

- Les points forts ou les avantages d'une entreprise ou d'un produit,
- Les points faibles ou les pistes d'amélioration,
- Les opportunités qui permettent de corriger les faiblesses,
- Les menaces souvent externes et imprévisibles.

En appréhendant ces quatre dimensions, l'entreprise dispose d'un état des lieux précis pour élaborer une stratégie appropriée.

L'analyse SWOT sert à anticiper et à planifier le développement d'une société. Elle facilite aussi la prise de décision.

2.2.3 Elaborer une stratégie marketing

Une stratégie marketing va définir un ensemble de méthodes et d'actions à mettre en œuvre pour permettre à une entreprise d'atteindre ses objectifs de vente à l'échelle d'un marché donné, en cherchant notamment la meilleure adéquation entre l'offre et la demande de la clientèle ciblée.⁶⁷

Il faut élaborer une stratégie marketing qui accompagne l'entreprise tout au long du processus de création de valeur.

-Avant la création du produit: déterminer le marché cible, le positionnement et les canaux de marketing pour atteindre la clientèle.

-Pendant la conception: déterminer les 4P (les caractéristiques du produit, le prix, Laplace de distribution et la promotion).

•Produit : Qualité, Gamme, Marque, Cycle de vie, Caractéristique

•Communication : Media: affichage, presse, Hors medias : sponsoring, mécénat, promotion de vente, Publicité

•Prix : Tarif, Condition paiement, Stratégie tarifaire

•Distribution : Méthode de vente, Canaux de distribution, Circuits de distribution, Moyens de transport

-Après la production: déterminer la stratégie de communication avec les prospects et les clients.⁶⁸

⁶⁷ <https://blog.hubspot.fr/marketing/strategie-marketing> , consulté le 30/03/2023

⁶⁸ <https://vignolastrategies.com>, consulté le 30/03/2023

2.2.3.1 les type de stratégie⁶⁹

A. La stratégie concentration

Cette stratégie marketing est généralement mise en œuvre lorsque la marque ne s'adresse qu'à un seul segment de clientèle. Elle est aussi parfois appelée stratégie de focalisation ou de spécialisation. Tous les efforts entrepris sont destinés à convaincre et à fidéliser une clientèle très ciblée.

C'est une stratégie marketing souvent adoptée par les acteurs de l'industrie du luxe, mais aussi par de nombreuses petites et moyennes entreprises, qui se lancent avec un produit unique ou une gamme relativement restreinte

B. La stratégie de différenciation :

Au contraire de la première, l'entreprise qui adopte une stratégie de différenciation s'adresse à plusieurs segments du marché, en cherchant à se distinguer de ses concurrents, et non à une cible très spécifique.

Avec cette stratégie marketing, la volonté est de travailler sur la qualité des produits et des services proposés afin de se démarquer de la concurrence.

Selon l'activité, la différenciation peut s'opérer sur la capacité à innover, sur une utilisation plus efficace des matières premières ou de la technologie, sur le développement des services additionnels associés à l'offre, comme un service après-vente de qualité ou une personnalisation de la relation client.

C. La stratégie d'écrouissage :

L'écrouissage est une stratégie marketing qui vise à se positionner sur le marché avec un prix plus élevé que celui pratiqué par la concurrence, avec la volonté de toucher un segment de clientèle précis, disposant d'un pouvoir d'achat plus important, Pour y parvenir, l'entreprise

⁶⁹ <https://blog.hubspot.fr/marketing/strategie-marketing> ,consulté le 30/03/2023.

doit être en mesure de faire valoir un avantage concurrentiel par rapport aux entreprises du même secteur. Il doit s'ancrer, par exemple, dans la qualité du produit proposé, dans la notoriété de l'entreprise, dans l'image et l'univers associés au produit. De manière générale, la stratégie d'écrémage implique que la marque soit bien installée sur le marché et bénéficie d'une notoriété importante.

Cette approche est mise en œuvre dans le contexte du lancement d'un nouveau produit, le plus souvent très attendu. Au moment de la sortie, l'entreprise le propose à un prix plus élevé que seuls les clients de la première heure sont prêts à payer. Ces clients ont développé un attachement très fort à la marque.

En recourant à une telle stratégie, la marque peut maximiser ses profits en vendant son produit à un prix plus élevé que ce que serait prêt à payer le consommateur moyen. Elle touche dans un premier temps ceux qui sont prêts à payer plus que les autres, profitant d'une marge importante. Ensuite la stratégie de l'écrémage prévoit la baisse progressivement de ce tarif au fil du cycle de vie du produit, pour atteindre d'autres segments de la clientèle. En effet, au fur et à mesure que ses coûts diminuent et que les investissements liés au développement et au lancement du produit amortissent, elle ira progressivement à la rencontre d'un marché beaucoup plus large en réduisant les prix tout en maintenant sa marge.

D. La stratégie de pénétration

Cette stratégie marketing, comme son nom l'indique, est mise en œuvre pour pénétrer un marché. Elle s'oppose à la stratégie d'écrémage en cherchant à proposer un produit répondant aux attentes du plus grand nombre, à un prix généralement attractif, sur un marché le plus large possible. Avec cette stratégie, considérée comme agressive, la volonté de l'entreprise est de gagner rapidement des parts de marché sur la concurrence. Elle implique au départ une politique de prix bas, malgré des investissements importants en distribution, publicité et vente. En cassant le marché, l'entreprise s'y fait une place dans l'optique de s'y installer durablement et éventuellement réévaluer les prix à la hausse dans un second temps.

2.2.4 Elaborer une stratégie de communication

Selon Kotler : « La communication marketing correspond au moyens employés par une entreprise pour informer et persuader les clients actuels et potentiels sur les marques, les produits et services qu'elle commercialise »

A. Définir des objectifs

Afin de définir un objectif pertinent, utilisez la méthode SMART. Celui-ci devra être :

- Spécifique : il doit se rapporter à un élément précis et clairement défini ;
- Mesurable : cet objectif doit pouvoir être quantifié afin de savoir si on la atteint ;
- Atteignable : il doit être à la portée de vos ressources financières et humaines ;
- Réaliste : si l'objectif est atteignable, encore faut-il qu'il soit pertinent par rapport à votre situation ;
- Temporellement défini : il est important de fixer une échéance pour le rendre tangible.⁷⁰

B. Définir la cible

La définition de la cible de communication se fait en référence à la cible marketing établie lors de la démarche de planification marketing de la firme. Cette cible correspond généralement aux clients actuels ou potentiels visé par le marketing de l'entreprise.⁷¹

En identifiant les cibles, l'annonceur pourra proposer des actions de communication précises. En segmentant la cible qualitativement et quantitativement l'enjeu est de déterminer le dispositif à mettre en place ainsi que le budget à allouer. Plus l'on dispose un budget conséquent plus l'on pourra toucher un nombre important de personnes ou étendre le dispositif sur un territoire plus large.⁷²

C. Définir un budget

⁷⁰ <https://blog.hubspot.fr/marketing/strategie-marketing>, consulté le 30/03/2023.

⁷¹ I. BEN NASR ; le marketing en schéma ; P222 ; 2019

⁷² <https://www.e-marketing.fr>, consulté le 30/03/2023.

Est une étape importante dans élaboration d'une stratégie de communication. Établir un budget permet notamment de prioriser les actions et d'avoir une vision à long terme.⁷³

Bien définir son budget, c'est se donner les moyens de réussir sa stratégie de publicité contextuelle. L'enjeu est donc d'aligner son budget avec les objectifs de développement de l'entreprise et surtout d'identifier les points faibles, car certains d'entre eux ne peuvent pas être réglés à grand renfort de communication.⁷⁴

2.2.5 Le financement de l'entreprise

Trouver du financement pour une entreprise en création est l'étape la plus difficile et l'élément clé de son succès.

A. Les ressources financières de l'entreprise

Deux types de financement existent :

- les capitaux propres apportés sous forme d'action ou de parts sociales par les fondateurs de l'entreprise en numéraire (liquidité) ou en nature (terrain, immeuble, droits intellectuels...). Les capitaux propres augmentent avec l'augmentation du bénéfice et par une éventuelle subvention publique.

- Les emprunts : les emprunteurs détiennent une créance envers l'entreprise, ils sont dès lors appelés créanciers ou créditeurs. L'entreprise a envers ces créanciers un engagement contractuel de remboursement et de rémunération exprimée en pourcentage (fixe ou variable) du capital prêté. Cet engagement n'existe pas envers les actionnaires mais ils ont une rémunération qui dépasse largement celle des créanciers.⁷⁵

B. Les étapes du financement

⁷³ <https://blog.hubspot.fr/marketing/strategie-de-communication> consulté le 02/04/2023

⁷⁴ Diana Derval wait marketing ; p 81 ,2006.

⁷⁵ Madame SOUKI, cours entrepreneuriat ,2ème master management marketing, 2022/2023

- Fonds d'amorçage : l'entreprise étant au stade de projet, le produit est en phase de prototype, le financement est modeste et surtout très risqué. Il provient davantage des associés et de FFF (family, friends and fools), les investisseurs professionnels ne s'y aventurent pas.
- Fonds de création : le produit est mis sur le marché tout en ignorant la place qu'il y occupera. L'équipe dirigeante est débutante et les flux de trésorerie sont négatifs (plus de dépenses que de recettes). Le projet peut être proposé aux business angels.
- Fonds de lancement : le produit a sa part de marché, le réseau de distribution se met en place. Les efforts sont davantage orientés vers la promotion du produit. Le risque lié à l'activité baisse, les besoins de financement augmentent et les flux de trésorerie des opérations deviennent positifs. A ce stade, les investisseurs professionnels commencent à s'intéresser à l'entreprise.
- Fonds de croissance : les flux de trésorerie des opérations sont en croissance mais reste insuffisant pour financer de nouvelles capacités de production, le recrutement du personnel, développer le réseau de distribution...le projet devient plus attrayant aux yeux de plusieurs investisseurs.
- Fonds de développement : la part de marché est en croissance, les flux de trésorerie également pour pouvoir financer l'élargissement de la gamme, l'exportation... A ce stade il serait intéressant d'introduire l'entreprise en bourse ou la céder à une entreprise de grande taille c'est ce qu'on appelle le « management buy-out ». Cette stratégie permet de remédier au la vente des parts des premiers investisseurs.⁷⁶

C. Les grandes stratégies du mode financement

Il est possible de citer :⁷⁷

C.1 L'autofinancement

Il s'agit d'une méthode de financement qui permet à l'entreprise de trouver son équilibre financier grâce à ses propres capitaux, c'est-à-dire grâce aux seuls apports en numéraire et apports comptes courants effectués par les associés. Cette méthode de financement idéale est toutefois souvent difficile à atteindre.

⁷⁶ Idem

⁷⁷ <https://www.legalstart.fr> , consulté le 02/04/2023

C.2 Les subventions d'entreprise

Lors de la création ou de la reprise d'entreprise, de nombreuses aides peuvent être mises à la disposition de l'entrepreneur. Parmi elles, il est possible de citer les subventions d'entreprise qui sont des aides publiques accessibles aux entrepreneurs sous certaines conditions.

C.3 Le prêt professionnel

C'est un financement externe par lequel un établissement bancaire ou financier met une somme à la disposition de l'entreprise. Cette méthode de financement a cependant un coût pour l'entreprise puisqu'elle est tenue de rembourser l'emprunt, ainsi que de payer des intérêts d'emprunt.

C.4 Le financement participatif (crowdfunding ou crowdlending)

Il s'agit de deux types de financement par lesquels l'entreprise fait appel à la participation du public pour développer son projet. Dans le premier cas, il s'agit d'un don avec ou sans contrepartie. Dans le second cas, il s'agit d'un prêt gratuit ou rémunéré.

C.5 La levée de fonds

Cette méthode permet à l'entreprise d'augmenter son capital social grâce à l'arrivée d'investisseurs au capital social. Toutefois, pour trouver des investisseurs, il est nécessaire d'avoir un projet véritablement convaincant.

2.2.6 Choix d'un statut juridique⁷⁸

Il existe plusieurs formes juridiques vous permettant de créer l'entreprise qui répond à vos attentes, seul ou avec des associés, ce choix s'avère fondamental, voire crucial, car il fixera le mode d'imposition approprié, tel que défini par la législation fiscale, ainsi que les responsabilités et les obligations en découlant.

⁷⁸ Une synthèse d'une consultation de trois sites suivant :
<https://www.creation.theaddress-dz.com/types-entreprises.html>;
<https://www.commerce.gov.dz/>;
<https://lentrepreneuralgerien.com>, consulté le 05/04/2023.

La forme juridique d'une entreprise permet à l'entrepreneur de définir les liens que l'entreprise aura avec ses clients, de fixer le mode d'imposition approprié à son activité ainsi que les responsabilités et les obligations qui en découlent.

Il est important de savoir qu'avant de faire ce choix, il faudra prendre en considération plusieurs paramètres : la taille de l'entreprise, le nombre et la nature des associés, la nature de l'activité, la perspective d'avenir.

Parmi les différentes formes juridiques existantes :

A. L'entreprise individuelle (personne physique)

- Elle est destinée en général pour les entreprises de taille modeste, petite ;
- Ne demandant pas des statuts, sa création est simple;
- L'accomplissement des formalités d'inscription au registre du commerce est rapide;
- Le patrimoine de l'entreprise est celui de son créateur.
- Le remboursement des dettes de l'entreprise peut s'étendre aux biens personnels du créateur.
- Le capital social minimum exigé est de 100.000 DA.
- l'immatriculation au CNRC confère au propriétaire le statut de commerçant
- la personne physique qui dépasse un chiffre d'affaires de 15.000.000 DA sera obligatoirement soumise au régime réel IBS.

B. Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée (EURL)

- Entreprise individuelle composée d'un seul associé ;
- Possède son propre patrimoine ;
- La responsabilité de l'associé sera à concurrence de ses apports dans le capital social ;
- Le capital social minimum exigé est de 100.000 DA ;
- C'est une société de personne;

- Vos biens personnels seront distincts de ceux de votre entreprise et ne répondrez de ce fait des dettes de l'entreprise qu'à concurrence du capital social;
- L'immatriculation au registre du commerce au niveau de la CNRC confère la personnalité morale à l'entreprise et la qualité de commerçant au gérant ;
- le gérant associé d'une EURL peut librement s'attribuer une rémunération mensuelle, dans ce cas il doit payer l'IRG suivant un barème et il est exonéré des cotisations CNAS (note N°1132 datant de 2011 de la direction générale de la CNAS).

C. La Société à Responsabilité Limitée (SARL)

- C'est une société de capitaux;
- Elle doit être constituée par un minimum de deux associés et d'un maximum de vingt;
- Le capital social minimum exigé pour sa constitution est de 100.000 DA;
- Le capital social est divisé en parts sociales d'égale valeur nominale de 1.000 DA au moins;
- Les associés répondent des dettes de l'entreprise à concurrence de leurs apports;
- L'immatriculation au registre du commerce confère la personnalité morale à l'entreprise la qualité de commerçant uniquement aux gérants.
- C en général une entreprise familiale;
- Le nombre minimum d'associé est de deux;
- Il n'y a pas de minimum de capital social exigé;
- Le capital social est divisé en parts sociales;
- les parts sociales ne peuvent être cédées qu'avec le consentement de tous les associés;
- La gérance appartient à tous les associés, sauf stipulation contraire des statuts qui peuvent désigner un ou plusieurs gérants, associés ou non ;

-la SARL qui exerce une activité d'importation est dans l'obligation de procéder à la certification de ses compte, et ce, quel que soit le chiffre d'affaire (article 2 du décret exécutif N°18-15 du 30 janvier 2018 et la note 127/MF/DGI/DLRF/2013).

D. Société Par Actions (SPA)

-Composée au minimum de sept (07) actionnaires et gérée par un conseil d'administration.

- Le capital social minimum est de 5.000.000 DA, en cas d'appel public à l'épargne, et de 1.000.000 DA s'il n'y a pas d'appel public à l'épargne.

-Le capital social est divisé en actions.

-La responsabilité des dettes de l'entreprise est à concurrence des apports des actionnaires.

- la SPA est dans l'obligation de nommer et de certifier ses comptes par un ou plusieurs commissaires au compte.

E. Société en Nom Collectif (SNC)

- Composée de plusieurs associés et adaptée généralement pour les entreprises familiales.

- Le nombre minimum d'associé est de deux;

- Le capital social est divisé en parts sociales.

- Le minimum de capital social n'est pas exigé.

- La gérance appartient à tous les associés sauf si un gérant (associé ou pas) est nommé dont les décisions ne peuvent être prises sans l'accord de tous les associés.

- Le nombre minimum d'associé est de deux;

- les parts sociales ne peuvent être cédées qu'avec le consentement de tous les associés;

- L'immatriculation au registre du commerce confère la qualité de commerçant.

- La gérance appartient à tous les associés, sauf stipulation contraire des statuts qui peuvent désigner un ou plusieurs gérants, associés ou non ;

F. Société en Commandite Simple (SCS)

- Société hybride : de personnes pour les commandités et de capitaux pour les commanditaires.
- Le capital social est divisé en parts sociales.
- La société est gérée par un ou plusieurs gérants.
- Les commandités répondent indéfiniment et solidairement des dettes de l'entreprise.
- Les commanditaires ne sont pas tenus responsables des dettes de l'entreprise qu'à concurrence de leurs apports ou s'ils participent à l'administration de celle-ci.
- Forme peu répandue en Algérie.

G. Société en Commandite par Actions(SCA)

- Forme hybride entre la (SNC) et la (SPA), elle est constituée d'un ou plusieurs commandités (associés) et au minimum de trois (03) commanditaires (Bailleur de fonds).
- La gérance est attribuée à un ou plusieurs gérants.
- Le capital social minimum est de 5.000.000 DA, en cas d'appel public à l'épargne et un minimum de 1.000.000 DA s'il n'y a pas d'appel public à l'épargne.
- Les commanditaires ne supportent les pertes de la société qu'à concurrence de leurs apports, contrairement aux commandités, qui eux répondent indéfiniment et solidairement des dettes de l'entreprise.

H. Société par action simplifiée SPAS

- Introduite dans le journal officiel n°32 du 14 mai 2022, la SPAS est destinés exclusivement au start-ups labellisées
- Aucun nombre maximum d'associés n'a été plafonné
- la SPAS en Algérie est de nature commerciale, son capital est devisé en action et il est constitué entre des associés qui ne supportent les pertes qu'à concurrence de leurs apports

I. Le regroupement

- Constitué de deux ou plusieurs personnes morales pour une durée déterminée.
- A pour but de mettre en œuvre tous les moyens propres à faciliter ou à développer l'activité économique de ses membres, à améliorer ou à accroître les résultats de cette activité.
- Administré par une ou plusieurs personnes.
- Les membres du regroupement sont solidaires et tenus des dettes sur leurs patrimoines personnels sauf convention contraire des tiers contractants.
- Ne permet pas la réalisation et le partage de bénéfices et peut être constitué sans capital

Conclusion

On conclura ce chapitre en rappelant que l'entrepreneuriat est une voie passionnée mais exigeante qui offre des possibilités uniques de réalisation personnelle et professionnelle. Les entrepreneurs ont la possibilité de faire naître des entreprises innovantes non seulement qui répondent aux besoins du marché et qui stimulent la croissance économique, mais également qui permettent de créer de l'emploi.

Il est important à noter qu'un entrepreneur doit être prêt à affronter de nombreux défis, en occurrence, la concurrence, les fluctuations du marché ainsi que les contraintes financières. Il est donc d'une grande nécessité d'être doté d'une attitude positive, d'une grande capacité d'adaptation mais aussi d'une résilience solide pour surmonter ces obstacles.

On finira par souligner que la création d'entreprise consiste en un processus complexe qui implique de nombreux défis et de multiples exigences. Cependant, c'est aussi une opportunité excitante et enrichissante pour ceux qui cherchent à réaliser leur rêve entrepreneurial.

Chapitre 02 : La formation entrepreneuriale

Introduction

L'Algérie compte des dizaines de pôles universitaires repartis sur l'ensemble du territoire national, au sein desquels sont dispensés des enseignements dans diverses spécialités, ce riche potentiel mérite d'être mobilisé pour une participation active au développement économique et social du pays.

Donc, un développement du cursus de formation en entrepreneuriat au sein des universités va permettre aux jeunes étudiants de se prendre en charge une fois versés dans le monde du travail, mais aussi de faire émerger chez eux l'esprit d'entreprise, le goût d'entreprendre, ainsi que de développer les compétences nécessaires pour réussir.

Dans ce contexte, les établissements d'enseignement supérieurs ont aussi un rôle certain en matière de sensibilisation à l'acte d'entreprendre, d'éducation et de formation des futurs entrepreneurs et en matière d'accompagnement des porteurs de projets en amont de la création d'une entreprise, pour cela, l'entrepreneuriat est devenu ces dernières années comme discipline au sein de l'université algérienne.

En effet, les universités ont un rôle certain en matière de formation à l'esprit d'entreprise. Comme elles contribuent à l'accompagnement des porteurs de projets le long du processus entrepreneurial, grâce notamment à leurs interactions avec les autres acteurs socioéconomiques.

Ce chapitre se propose de repérer les stratégies et les actions mises en œuvre en matière de formation à l'entrepreneuriat dans l'enseignement supérieur ainsi que les perspectives à l'avenir pour promouvoir l'entrepreneuriat en milieu étudiant.

Section 01 : L'enseignement de l'entrepreneuriat au sein des universités Algériennes

L'université est en interaction permanente avec les changements environnementaux. De même, elle est la première responsable de la production d'hommes et de femmes innovants, qui devraient être à la hauteur pour la promotion d'une économie basée sur le savoir. Celle-ci constitue le cadre favorable au développement de l'esprit entrepreneurial car elle permet à l'étudiant de canaliser des perceptions et des attitudes en vue d'atteindre des comportements souhaités.

1.1 Les objectifs de l'enseignement de l'entrepreneuriat

L'Algérie compte des dizaines de pôles universitaires repartis sur l'ensemble du territoire national, au sein desquels sont dispensés des enseignements dans diverses spécialités, à 1.300.000 étudiants. Ce riche potentiel mérite d'être mobilisé pour une participation active au développement économique et social du pays.

Dans cette perspective, la voie qui s'impose de plus en plus, s'avère être la création d'entreprises. L'intégration du module entrepreneuriat dans les universités algériennes vise plusieurs objectifs opérationnels ou bien pédagogiques :¹

1.1.1 Les objectifs stratégiques

Les objectifs stratégiques visés en termes d'enseignement de l'entrepreneuriat au sein des universités algériennes sont :

- La diminution du chômage en incitant les individus à créer des emplois(ou moins le leur).
- lutter contre la pauvreté.
- la réduction des déficits publics par la participation du secteur privé à la création de valeurs ;
- renforcer l'innovation et donc contribuer à soutenir la compétitivité nationale.
- agir plus profondément sur les mentalités et les comportements ;
- transformer les individus en entrepreneurs d'eux-mêmes.

¹ ALLAOUA Selma, Evaluation de l'enseignement de l'entrepreneuriat et sa contribution au développement de l'intention entrepreneurial des étudiants « cas d'université d'Oran2 », Revue les cahiers du poidex numéro 09 /juin 2018, p 71-72.

- L'investissement de manière stratégique dans le capital humain (en particuliers les jeunes universitaires diplômés) afin de maximiser leur employabilité.

1.1.2 Les objectifs pédagogiques

La plupart des auteurs privilégient, à quelques différences près, trois types de débats dans l'enseignement de l'entrepreneuriat :

- Sensibiliser à l'entrepreneuriat : c'est-à-dire stimuler des facultés de créativité, l'esprit d'initiative et développer l'autonomie ;
- Spécialiser les étudiants dans les domaines d'entrepreneuriat : les inciter à la création d'entreprise ;
- L'accompagnement et le suivi d'étudiants qui ont des projets de création des entreprises. L'enseignement de l'entrepreneuriat ne vise pas seulement de créer des entrepreneurs, mais aussi de créer des futurs formateurs dans le domaine,
- La formation Il s'agit par cet objectif de former les futurs entrepreneurs aux situations entrepreneuriales, aux techniques et aux outils du métier. Il s'agit de transmettre aux étudiants les compétences et les connaissances qui permettraient d'accroître leur potentiel entrepreneurial. Il s'agit de les préparer à être à la hauteur de gérer des situations qui se poseraient dans les petites et les moyennes entreprises.²

Donc, en général, les objectifs tracés par les pouvoir public dans le cadre de l'enseignement de l'entrepreneuriat au sein des universités algériennes sont les suivants :

- Susciter l'esprit d'entrepreneuriat des étudiants souhaitant mener une carrière professionnelle aussi bien dans de jeunes entreprises innovantes que dans de grandes organisations;
- Développer des modèles d'affaires innovateurs et des stratégies compétitives ;
- Répondre aux besoins des entreprises dont la dynamique des structures, des processus et des systèmes implique la gouvernance de projets ;
- Gérer les connaissances nécessaires à la création et à la gouvernance d'entreprise dans

² AMNACHE- CHIKH Sabrina, Rôle des établissements de formation supérieure dans l'initiation a l'esprit d'entreprise : cas de l'université de Tizi-Ouzou, Revue Etudes Economiques, Volume: 16/ N°: 02, 2022, P57.

un contexte propice à ces stratégies.

1.2 Rôle des universités dans l'encouragement de l'entrepreneuriat

Les universités constituent des structures d'accueil et d'accompagnement de projets innovants ayant un lien direct avec la recherche. Ils aident les porteurs de projets à formaliser leurs idées et à valider la faisabilité des projets. Ils sont chargés de deux missions : mission valorisation et mission sensibilisation.

L'université est un axe majeur pour le développement des compétences (l'esprit d'entreprise). Ils doivent concentrer le programme étudié de l'entrepreneuriat pour encourager l'indépendance, la persévérance, la confiance en soi et d'autres compétences de création d'entreprise. L'université a un rôle important dans la construction des connaissances d'entrepreneuriat et l'enseignement des concepts scientifiques adaptés.³

1.2.1 La mission valorisation

La mission valorisation consiste en développement de la création d'activités par la valorisation des résultats de la recherche scientifique et technique, essaimage par un processus de détection et d'incubation de projets innovants issus d'une activité de recherche, et création d'entreprises innovantes.

1.2.2 La sensibilisation

Les établissements d'enseignement supérieurs ont aussi un rôle certain en matière de sensibilisation à l'acte d'entreprendre. La sensibilisation consiste à promouvoir la culture entrepreneuriale dans le milieu universitaire et la culture scientifique dans l'environnement immédiat par la formation.⁴

1.2.3 La formation

Les universités sont les meilleurs endroits pour l'innovation ainsi que des endroits naturels pour la rencontre entre le savoir et la pratique. Pour cela, l'université est sans cesse appelée à

³ ASLI. A et Al, Développement de l'esprit entrepreneurial chez les étudiants, développement of entrepreneurial spirit among students»,Revue D'Etudes en Management et Finance D'Organisation N°2, Juin, 2016, p2.

⁴ Idem

renforcer ses liens entre ses recherches et l'environnement des entreprises. Les programmes de formation à l'entrepreneuriat peuvent viser différents résultats. Le premier résultat attendu est le développement de l'envie d'entreprendre chez les étudiants. A ce stade, l'étudiant saura que la création d'entreprise peut représenter une option de carrière. Le deuxième résultat attendu est que cet étudiant va apprendre les méthodes de gestion d'une entreprise qui l'aideront à développer ses aptitudes entrepreneuriales nécessaires pour la compréhension du monde des affaires (savoir détecter et exploiter une opportunité d'affaire et connaître mieux l'environnement des entreprises).

Dans ce contexte, l'incubateur met à la disposition des porteurs de projet un contenu pluridisciplinaire (entrepreneuriat, création d'entreprises, management, marketing et gestion des projets TIC, droit, finance, psychologie, etc.). Ainsi les futurs entrepreneurs, pourront développer des compétences dans le domaine de l'entrepreneuriat. Ces enseignements sont assurés par des professeurs des universités et des professionnels spécialisés dans la création et le financement des entreprises ainsi que dans l'accompagnement entrepreneurial. Les porteurs de projet sont issus de formations technologiques (ingénieurs ou master en informatique, électronique et télécommunications).⁵

1.3 La place de l'enseignement de l'entrepreneuriat au sein de l'université

L'enseignement de l'entrepreneuriat doit avoir une place stratégique où l'université pourra avoir un avantage concurrentiel. Pour cela, elle doit arrêter une stratégie pour que cet enseignement soit dispensé à tous les niveaux, de la première année universitaire jusqu'à la création même d'entreprise. D'après Tounès. A (2003, P5) ⁶, trois niveaux d'intervention sont retenus dans l'enseignement de l'entrepreneuriat au sein de l'université.

Les établissements de l'enseignement supérieur, les grandes écoles et les organismes de formation peuvent être considérés comme des dispositifs d'accompagnement et de formation à l'entrepreneuriat. En effet, l'entrepreneuriat exige de façon générale, trois types de ressources, à savoir : les ressources financières, les ressources sociales et les ressources en connaissances.

⁵ Mohammed DJELTI, Apport des TIC et d'internet dans le développement des entreprises algériennes Étude de cas, thèse pour l'obtention du diplôme de Doctorat en Sciences Commerciales, Université d'Oran 2, Année universitaire 2015-2016, P 247

⁶ Azzedine Tounès, L'intention entrepreneuriale des étudiants: le cas français, 2006, La revue des sciences de gestion, p 57-65.

- Les ressources financières correspondent à : L'épargne, le patrimoine, le capital patient, l'emprunt bancaire, les aides étatiques...
- Les ressources sociales quant à elles représentent deux réseaux de relations, à savoir : le réseau informel de relations sociales (familles, cousins, amis, voisins...) et le réseau formel de relations sociales (relations professionnelles, relations institutionnelles...).
- Les ressources en connaissances qui peuvent être des connaissances tacites acquises dans le milieu d'appartenance, tel que la socialisation familiale et des connaissances plus formelles acquises dans un cadre professionnel, plus officiel, tels que les milieux scolaires et de formation supérieure.⁷

Dans cette optique et conformément à ce dernier type de ressources, il convient de souligner que c'est dans le cadre des formations universitaires qu'il est possible d'acquérir des compétences en matière de négociation, d'anticipation, d'organisation, de gestion, de prise de décision, de techniques de marketing et de vente, d'innovation, d'éducation et de formation des futurs entrepreneurs et en matière d'accompagnement des porteurs de projets en amont de la création d'une entreprise. Ils proposent tout comme les autres structures d'accompagnement des programmes de formation aux futurs entrepreneurs. La création d'entreprise et le développement de l'esprit d'entreprendre, à l'instar des autres disciplines sont des compétences à acquérir, soit grâce à un enseignement théorique et/ou pratique.⁸

Les universités contribuent au développement des habilités et des aptitudes dans le domaine de l'entrepreneuriat chez les jeunes étudiants et leur permettent d'acquérir des compétences techniques afin de concrétiser leur propre projet d'entreprise, comme elles les aident à devenir des personnes entreprenantes dans leur vie en toute assurance.

Il relève aussi de la responsabilité de ces établissements de développer l'enseignement de l'entrepreneuriat en :⁹

⁷ ALLAOUA Selma, Op cite,p 68-87.

⁸ Carrier C, « L'Enseignement de l'entrepreneuriat » revue de l'entrepreneuriat, vol 8, n°2, 2009 ;

⁹ Olivia Chambard, La promotion de l'entrepreneuriat dans l'enseignement supérieur. Les enjeux d'une création lexicale, revue Mots. Les langages du politique n°102, juillet 2013, p 103-119.

- Encourageant les enseignants et les chercheurs à innover en matière de nouvelles méthodes d'enseignement de l'entrepreneuriat ;
- Créant des prix d'innovation, d'idées ou de projets prometteurs en entrepreneuriat ;
- Ouvrant des espaces pour échanges d'idées et d'opinions entre étudiants du présent et du passé ;
- Recherchant et en découvrant des talentueux et en les initiant aux principes de l'entrepreneuriat ;
- Diffusant des documents permettant d'acquérir des connaissances dans le domaine de l'entrepreneuriat ;
- Organisant des forums et des rencontres de sensibilisation autour de l'entrepreneuriat dans les différents campus universitaires du pays.

Par ailleurs, il est évident que les interactions et synergies entre les établissements de l'enseignement supérieur et les acteurs socio-économiques contribueraient à la promotion de l'activité entrepreneuriale, c'est le cas des maisons de l'entrepreneuriat créées au sein de différentes universités algériennes en collaboration avec l'ANADE. Aussi, et à l'échelon international, des projets de coopération entre les universités algériennes et l'Union Européenne impliquent souvent un volet portant sur l'entrepreneuriat.

Section 02 : La formation à l'entrepreneuriat dans l'enseignement supérieur

Dans le cadre de la politique d'encouragement de l'esprit entrepreneuriat, plusieurs universités ont lancé des formations dans le domaine. Quelques universités ont attribué tout une spécialité pour l'entrepreneuriat, d'autres c'est juste des modules.

Dans cette section, nous étudions les formations pédagogiques spécialisés en entrepreneuriat offerts par des institutions d'enseignement supérieur.

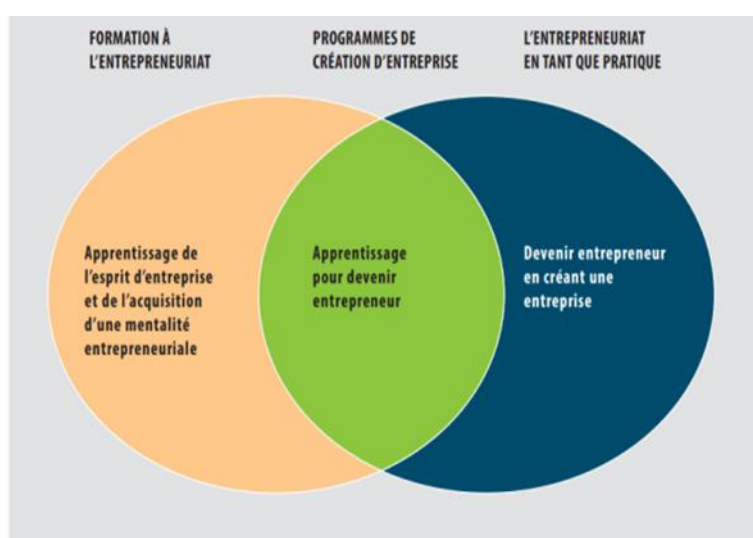
2.1. Objectif de formation en entrepreneuriat

L'objectif de la formation « entrepreneuriat » est de permettre l'acquisition des connaissances, habiletés et attitudes qui permettent de se lancer en affaires. Dans cette formation, les notions de gestion, de finance et de marketing sont abordées sous l'angle

particulier de leur contribution au plan d'affaires que chaque participant élabore au cours de la démarche.

Le plan d'affaires permet de lancer son entreprise sur des bases plus solides et d'anticiper les décisions à venir. C'est aussi un instrument d'une importance primordiale pour présenter son entreprise. On estime qu'une personne sur trois ayant suivi cette formation crée son entreprise dans les mois qui suivent la fin de la formation.¹⁰

Figure N°03 : Éléments communs dans le processus de formation à l'entrepreneuriat



Source : Roland Condor, Didier Chabaud, La formation de l'équipe entrepreneuriale autour du projet de création d'entreprise : constats et enjeux, Revue de l'Entrepreneuriat 2012/2, Vol 11, p31-52.

La formation à l'entrepreneuriat aide les apprenants de tous les milieux socio- économiques à sortir des sentiers battus et à cultiver des talents et compétences peu conventionnels. Elle crée des opportunités de réflexion créative, donne confiance et peut aider à stimuler l'économie et à assurer la justice sociale en mettant les intéressés à même de mieux réaliser leur autonomie.

2.2 L'introduction de spécialité « Entrepreneuriat »

L'entrepreneuriat est une offre de formation en licence et en master destinée aux étudiants de sciences de gestion. Son intégration est récente. Elle n'est pas offerte par toutes les Facultés des

¹⁰ Formation à l'entrepreneuriat pour les institutions d'EFTP, Guide pratique, Organisation des Nations Unie, Paris, 2021, p 14.

Sciences Economiques, Commerciales et de Gestion, elle n'est disponible que dans quelques Facultés.

Il est à noter que ces mesures visant la promotion de l'esprit entrepreneurial au niveau des établissements de l'enseignement supérieur ont vu le jour dans le cadre des mutations du contexte économique du pays et de l'habilitation du système d'enseignement supérieur. Toutefois, Il convient de souligner que quelques initiatives en matière d'enseignement de l'entrepreneuriat ont été prises auparavant par des universités telles que l'ouverture d'une Licence professionnelle en entrepreneuriat et l'intégration d'un module « Création et Gestion d'Entreprises » en 2006 à l'université de Constantine.

Tableau N°03 : programmes l'entrepreneuriat

Semestre	Modules	Objectifs
1^{er} semestre	Stratégies concurrentielles	Mettre en perspective les notions qui permettent d'expliquer les différentes stratégies suivies par les entreprises et comprendre la dynamique et les évolutions qui structurent le champ de l'analyse stratégique.
	Techniques quantitatives de gestion	<ul style="list-style-type: none">•Acquérir une vision globale du processus d'un projet•Maîtriser les outils de suivi et de management de projet.
	contrôle de gestion	Connaissances en gestion financière et en comptabilité
	Economie des PME	faire connaître ce qu'est le quotidien d'une PME aujourd'hui et des questions qu'il faut traiter: gouvernance, relations humaines, croissance, stratégie, réseautage, et les différents points d'accès pour comprendre la PME et son environnement.

	Création d'entreprise et environnement économique	<ul style="list-style-type: none"> • Analyser l'impact de l'environnement économique national et mondial sur la dynamique des entreprises en tant qu'agent principal des activités de production, d'échanges et de création d'emploi. • Examiner le rôle que joue le secteur d'entreprise en fonction des politiques fiscale et monétaire ainsi que des effets de la politique commerciale sur le plan de l'économie nationale
2^e semestre	logistique commercial	Analyser les principales activités de cette activité et son impact sur le fonctionnement de la production
	faisabilité et évaluation des projets	• Acquérir une vision globale du processus d'un projet
	Fonction Marketing	Ce cours permet de cerner la démarche marketing et de montrer les domaines d'application du marketing
	Gouvernance d'entreprise	Présenter une vision théorique et professionnelle du gouvernement d'entreprise, notamment à travers les nouvelles théories de la firme
	La fonction ressources humaines	Analyser les principales activités de la fonction RH susceptible d'accompagner le pilotage d'un projet et choisir les meilleurs collaborateurs.

	Communication et rédaction administrative	• évaluer et améliorer vos propres écrits
	Droit des contrats	Ce cours permet à l'étudiant de maîtriser la réglementation en vigueur concernant les contrats de l'entreprise
2e semestre	Business plan	expliquer la démarche d'élaboration d'un business plan efficace.
	Leadership et compétences entrepreneuriales	Présenter un modèle générique et un cadre conceptuel permettant de mieux comprendre la complexité de rapport leadership-comportement entrepreneurial et de donner aux étudiants des clés et des leviers de décision et d'action.
	management de la qualité totale	L'étudiant est censé d'apprendre les notions de la qualité et la démarche qui peut être suivie pour l'améliorer
	techniques de recherche en entrepreneuriat	Pouvoir traiter les principaux résultats d'une enquête à l'aide d'analyses statistiques appropriées
	E-business et Start up	<ul style="list-style-type: none"> •Comprendre la démarche de la mise en place d'un commerce électronique, •Comprendre les mécanismes de fonctionnement d'une Start up
	Législation du travail	Connaître les principales règles et les mécanismes juridiques

Source : ALLAOUA Selma

Cet enseignement reste purement théorique, et les stages pratiques se faisaient obligatoirement en entreprises, dans certaines spécialités lors de l'élaboration du mémoire de master

En dehors des étudiants des sciences économiques, quelques d'autres spécialité ont introduit le module entrepreneuriat, à tire d'exemple au sein de l'université Mouloud Mammeri quelques facultés ont introduit l'enseignement de l'entrepreneuriat comme :

- Faculté des télécommunications (Entrepreneuriat & Management) ;
- Faculté d'Électrotechnique (Entrepreneuriat et gestion des entreprises).

2.3 Finalités des formations en entrepreneuriat pour les étudiants

La formation « entrepreneuriat » permet aux étudiants d'être :¹¹

- entrepreneur et créateur d'entreprise ;
- cadre dans les banques, cabinets d'audit, cabinets de conseil et institutions financières ;
- cadre dans les métiers de la finance orientée vers l'entrepreneuriat et les PME.
- La formation « entrepreneuriat » ouvre le droit à postuler académiquement à des études approfondies en master-doctorat ou pouvoir en aptitudes et capacités de contribution à la performance de l'entreprise ou organisation contractante.

Le parcours étudiant-entrepreneur est une formation destinée à tous ceux qui souhaitent créer (ou reprendre) une entreprise. Elle leur permet de bien comprendre et de maîtriser les différentes étapes du processus entrepreneurial et de progresser dans leur projet de création ou de reprise d'entreprise.

Elle vise à acquérir des compétences transversales (L'ouverture, la créativité, la curiosité, le savoir être et la maîtrise de la communication...) et des compétences de gestion (Analyser un marché, Construire un modèle d'affaires, Structurer un projet, évaluer et Financer une activité.

En d'autres termes, Cette formation donne l'opportunité:

¹¹ Besma BAHRI, Youcef BERKANE, l'entrepreneuriat féminin. Un enjeu pour améliorer l'employabilité des diplômées algériennes, Revue d'Economie et de Statistique Appliquée Volume 17, n°1, Juin 2020, P 118-133.

- D'acquérir des connaissances et des compétences pour mener à bien un projet entrepreneurial,
- De bénéficier tout au long de la formation d'un accompagnement individuel par un expert en entrepreneuriat.

2.4 Les conférences et séminaires

Les conférences et les séminaires au sein des universités réunissent les chercheurs en entrepreneuriat ainsi que les accompagnateurs d'entrepreneurs et la famille universitaire (enseignants et étudiants).

L'esprit d'entreprendre apparaît comme une nécessité pour susciter l'intérêt des étudiants à la création d'entreprise. Dans cette perspective, la voie qui s'impose de plus en plus, est d'accroître des rencontres au sein des universités, animés par des professionnels du domaine afin d'éveiller chez le futur entrepreneur les valeurs intrinsèques et les compétences nécessaires qui assurent la pérennité et succès des entreprises.¹²

Ces rencontres ont pour missions la sensibilisation, la formation et l'accompagnement à l'entrepreneuriat afin de préparer nos jeunes diplômés, à franchir le pas vers la création de leur propre micro-entreprise et de faciliter leurs intégrations dans le tissu économique et contribuer à son épanouissement.

2.5 La maison de l'entrepreneuriat

2.5.1 Définition de la maison de l'entrepreneuriat

La maison de l'entrepreneuriat est l'outil fondamental sur lequel s'appuie l'ANSEJ pour sensibiliser les étudiants et les initier à l'acte d'entreprendre en partenariat avec les Universités et les Grandes Ecoles.¹³

Créé exclusivement en 2007 par l'université frères Mentouri, mais l'idée remonte bien avant, en 2001, lors de l'avènement de LMD dans l'enseignement supérieur, l'université en partenariat avec L'ANSEJ ont commencé un travail de sensibilisation, auprès des étudiants. La première

¹² Hadj Slimane Hind . Kara Terki Assia, L'enseignement de l'entrepreneuriat : Pour le développement de l'esprit entrepreneurial chez les étudiants, Revue Maghrébine Management des Organisations, Volume 1, Numéro 1, 2016, P 35-43

¹³ <https://centre.umc.edu.dz/maison/pages/style-demo.php>, consulté le 14/05/2023.

maison de l'entrepreneuriat a été créée, en 2007, à l'université de Constantine. L'année 2014 a connu la généralisation du concept de maison de l'entrepreneuriat, au niveau des universités et des Grandes Ecoles, à travers le territoire national. En 2016, le nombre des Maisons de l'Entrepreneuriat atteint 58 maisons.

2.5.2 Missions de la maison de l'entrepreneuriat

La Maison de l'entrepreneuriat est destinée aux jeunes (étudiants et aux nouveaux diplômés), porteurs d'une intention entrepreneuriale, elle a pour mission principale la sensibilisation et la préparation des étudiants à l'activité entrepreneuriale et à la vie active en général. Tout en favorisant les échanges avec les principaux acteurs de l'environnement (administrations fiscales, parafiscales, banques, administrations publiques, collectivités locales, partenaires potentiels...).

Cette structure cherche fournir aux étudiants un espace de travail avec des moyens adéquats (Salles de réunions, bureaux...), des services d'accueil, de consulting et de conseil, afin de pré-accompagner les porteurs de projets notamment. Concrètement, ce travail se fera grâce à des programmes annuels bien précis, portant sur un ensemble d'actions :

- Diffusion de la culture entrepreneuriale par la sensibilisation ;
- Formation des étudiants à l'entrepreneuriat ;
- Pré-accompagnement des étudiants porteurs de projets;
- Journées et caravanes d'information et de sensibilisation ; - Séminaires et journées d'étude sur l'entrepreneuriat ;
- Universités d'été : cursus sur la création d'entreprise, avec la participation des partenaires de l'ANADE.¹⁴

La démarche utilisée par la Maison de l'Entrepreneuriat, pour inculquer les valeurs entrepreneuriales, vise à rassembler et rapprocher tous les acteurs qui œuvrent dans l'environnement de l'Entreprise, (les banques, les impôts, les assurances, le foncier,...) dans le but d'une meilleure insertion professionnelle des étudiants à l'entrepreneuriat.

¹⁴ <https://promoteur.anade.dz/> consulté le 14/05/2023.

2.5.3 Activités de la maison de l'entrepreneuriat

Les actions réalisées par la maison de l'entrepreneuriat s'appuient sur un plan d'action annuel décliné ainsi :

- Journées d'information et de sensibilisation, à caractère général ;
- Séminaires et journées d'étude sur l'entrepreneuriat ;
- Universités d'été : cursus sur la création d'entreprise, avec la participation des partenaires de l'ANSEJ ;
- Tables rondes thématiques ;
- Concours du meilleur business plan ;
- Concours de la meilleure idée pour encourager les porteurs de projets innovants ;
- Sessions de formation sur la démarche entrepreneuriale, la méthode TRIE-CREE du BIT et le Business Model Génération (BMG).

La Maison de l'Entrepreneuriat assure à travers ses activités l'articulation entre le monde du savoir et de la connaissance et le monde de l'économie et de la création de richesse.

2.5.4 Organisation de la maison de l'entrepreneuriat

L'organisation de la maison de l'entrepreneuriat s'articule autour d'un comité national mixte et de Comités locaux mixtes chargés de la définition des programmes d'action et du suivi de leur mise en œuvre.

2.5.4.1 Le comité national mixte

Il est constitué des membres suivants :

- Deux (02) représentants du Ministère du Travail, de l'emploi et de la Sécurité Sociale ;
- Quatre (04) représentants du Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique ;
- Deux (02) représentants de l'Agence Nationale de Soutien à l'emploi des jeunes.

Le comité est chargé d'élaborer un règlement intérieur fixant les modalités de son fonctionnement. Aussi, ce dernier élabore un rapport annuel sur l'état de mise en œuvre des programmes, qu'il transmet aux ministres chargés du Travail, de l'emploi et de la Sécurité Sociale et de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique.

2.5.4.2 Le comité local mixte

Le comité local mixte au niveau de chaque institution universitaire est constitué des membres suivants :

- Un (01) représentant de la Direction de l'Emploi de Wilaya ;
- Deux (02) représentants de l'Antenne locale de l'Agence Nationale de Soutien à l'emploi des jeunes ;
- Deux (02) représentants de l'établissement universitaire concerné ;

Ces comités sont chargés de l'élaboration d'un rapport annuel qu'ils transmettent au comité national.

Actuellement 58 Maisons d'entrepreneuriat installées couvrant tous le terroir national. En termes de taux d'inscrits de diplômés universitaires au dispositif ANSEJ, il a évolué de 8% à 30 % durant la période (2008-2016).¹⁵

La mise en œuvre du plan d'action annuel a permis la réalisation de 1623 activités durant la période (2013- 1^{er} trimestre 2017), le taux de création de micro-entreprises par des diplômés universitaires est passé de 6% en 2013 à 13 % en 2015 et 18 % en 2016.¹⁶

Section 03 : Politique de promotion de l'entrepreneuriat en milieu universitaire en Algérie

Face aux défis économiques actuels, il devient difficile d'intégrer l'ensemble des nouveaux diplômés dans la vie professionnelle, d'où la nécessité de réfléchir à de nouveaux mécanismes.

3.1 Compagne de sensibilisation des étudiants

¹⁵ <https://www.univ-tiaret.dz/fr/entrepreneuriat.html>, consulté le 14/05/2023.

¹⁶ <https://ensti-annaba.dz/sc/entreprises/maison-de-entrepreneuriat/>, consulté le 15/05/2023,

Le premier objectif que doit atteindre l'université est de stimuler les étudiants pour l'entrepreneuriat, leur expliquer l'acte d'entreprendre, leur faire découvrir le monde de l'entreprise, les systèmes d'appui qui existent au sein de leur environnement et leur expliquer la procédure à suivre pour la création d'une entreprise, pour arriver à un niveau de diffusion où l'entrepreneuriat peut être envisagé en tant que futur alternative professionnelle.

Plusieurs actions devraient être retenues :

- La première se situe à travers la diffusion des enseignements de sensibilisation, c'est-à-dire un module d'introduction à l'entrepreneuriat et au monde de l'entreprise.
- La deuxième action consiste en l'organisation des journées de sensibilisation et d'information en coopération avec des organismes d'appui à la création d'entreprise et le témoignages d'entrepreneurs et des anciens étudiants dont la carrière a abouti à la création d'entreprise. La troisième action est l'organisation de concours des meilleurs projets et de séminaires dédiés à l'entrepreneuriat.¹⁷

En Novembre 2022, une campagne de sensibilisation à destination des étudiants, visant à inculquer l'esprit entrepreneurial, a été lancée officiellement à l'occasion de la semaine mondiale de l'entrepreneuriat, a indiqué samedi un communiqué du ministère de l'Economie de la connaissance, des startups et de la micro-entreprise.

Après plusieurs mois de préparation, et intervenant à la suite de la signature de la convention cadre entre le ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche scientifique avec le ministère de l'Economie de la connaissance, des Startups et de la Micro-entreprise portant sur la création de startups en milieu universitaire, cette campagne de sensibilisation est lancée officiellement à l'occasion de la semaine mondiale de l'entrepreneuriat.

Organisée par l'accélérateur public Algeria Venture en partenariat avec la Direction générale de la recherche scientifique et du développement technologique (DGRSDT), et sous la tutelle du ministère de l'Economie de la connaissance, des startups et de la micro-entreprise, cette action vise à pousser les étudiants à entreprendre et à innover en profitant des dispositifs dotés par les pouvoirs publics, incitant la frange estudiantine à prendre des initiatives et répondre aux

¹⁷ BERREZIGA Amina, L'entrepreneuriat En Milieu Universitaire, Revue :Reformes Economiques et Intégration en Economie Mondiale, ESC n° 14/2013, p 109-124.

besoins croissants de l'économie Algérienne en matière de création de richesse, souligne le communiqué. Ces actions de sensibilisation renferment les différents mécanismes d'accompagnement à l'entrepreneur, tels que:

- labellisation,
- propriété intellectuelle,
- financement, incubation,
- accélération et stabilité des startups.

Aussi, afin de couvrir le nombre important de centres universitaires et instituts, Algeria Venture et la DGRSDT ont planifié l'opération sur deux étapes.

La première étape de cette campagne a débuté ce samedi simultanément sur 34 universités du pays, tandis que la seconde étape débutera le 26 novembre courant.

A travers cette action, Algeria Venture compte se déployer sur tout le territoire national, avec comme objectif de convertir plus de 100000 porteurs d'idées en potentiel entrepreneur ayant un accès complet à toutes les informations relatives à la création de startups.¹⁸

3.2 Création de start-up au milieu universitaire

Les start-up ont constitué un vecteur d'accélération de la productivité et du développement des nations grâce à l'innovation et à la créativité et un nouvel esprit d'entreprise. Les start-up créées en milieu universitaire constituent une valeur ajoutée pour l'économie nationale. L'importance de ce nouvel état d'esprit d'entreprise c'est donc peu à peu imposé, conduisant à la mise en place de cadres institutionnels, de dispositifs et de politiques pour appuyer les entrepreneurs. Les start-up en milieu universitaire, une valeur ajoutée pour l'économie nationale.

En octobre 2022, le ministre de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique a signé une convention de partenariat entre son département et le ministère de l'Economie et de la

¹⁸ <https://www.aps.dz/sante-science-technologie/147784-entreprenariat-lancement-d-une-campagne-de-sensibilisation-a-destination-des-etudiants> consulté le 16/05/2023

connaissance, des start-up et des micro-entreprises. Le but de ce partenariat est d'offrir la possibilité aux étudiants et enseignants de créer des startups en milieu universitaire.¹⁹

Par cette convention, les deux parties ont proposé aux étudiants en fin de cursus, des thèses de prototype afin d'obtenir des labels d'innovation.

Ce partenariat avec le ministère des Start-up et des micro-entreprises leur sera d'un grand apport.

Cette convention prévoit la formation et l'accompagnement d'étudiants qui travaillent sur l'innovation et le prototypage, par le département de l'Economie de la connaissance, des Start-up et des Micro-entreprises, afin de réaliser leurs projets innovants et participer ainsi, avec force, au développement du pays.

L'Agence nationale de promotion et de développement des parcs technologiques(ANPT) L'Agence nationale de promotion et de développement des parcs technologiques (ANPT) est l'instrument de l'Etat qui consiste à exécuter la stratégie nationale de développement des technologies de l'information et de la communication, par le biais de Technoparc chargés de faciliter la création de start-up. L'Agence Nationale de Promotion et de Développement des Parcs Technologiques travaille sur la validation, l'implémentation et la généralisation des outils, mécanismes et compétences nécessaires au développement d'un écosystème national propice à l'expansion de l'industrie des TIC et du numérique au service de divers secteurs de l'économie Algérienne.²⁰

La mise en place de l'ANPT a permis la création de quatre Technoparc :

- Le parc technologique de Sidi Abdallah d'Alger en janvier 2010,
- le Technoparc d'Ouargla en 2012, d'Annaba en 2014 et d'Oran lancé en 2017.
- Actuellement, elle travaille à la mise en place d'autres parcs technologiques. Il s'agit des Technoparc de Sétif, Constantine et Boughezoul. La mission principale des incubateurs de L'ANPT est la prise en charge des porteurs de projets innovants dans le domaine des TIC et

¹⁹ Nassira KOURAICHE, Promotion de l'Entrepreneuriat dans l'Enseignements supérieur en Algérie Revue des études humaines et sociales -A/ Sciences économiques et droit.N° 20, juin 2018. p. 40- 50

²⁰ <https://anpt.dz/> ,17/05/2023.

leur accompagnement jusqu'à la création de la start-up à travers l'expertise, l'assistanat, le coaching personnalisé et la formation.

3.3 Renforcement de la coopération entre les universités et les secteurs économiques

Les pouvoirs publics ont incité sur la nécessité de renforcer la coopération entre les universités et les centres de recherche, d'une part, et les secteurs économiques, d'autre part, notamment dans les secteurs prometteur et innovant tels que l'agriculture, le tourisme et le secteur des nouvelles technologies.

Promouvoir et consolider les relations entre l'université et les différents partenaires (entreprises; ministères ; organismes de soutien et d'accompagnement...) pour faciliter l'accès des étudiants notamment pour les stages pratiques

3.4 Plan d'action adopté par l'État

Afin de relever le défi du développement de l'esprit entrepreneurial chez les étudiants universitaires, le ministre de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, a adopté un plan d'action tout en référant à l'expérience française dans ce domaine. Ce plan est fondé sur quatre mesures principales :

3.4.1 Généralisation des formations à l'entrepreneuriat

Consiste en la généralisation des formations à l'entrepreneuriat et à l'innovation dans toutes les filières, pour chaque cycle: licence, master, doctorat. Ces formations ne doivent pas se limiter à la filière des sciences économiques, elles doivent également assurer un enseignement professionnalisant, avec des stages de formation en alternance, dans le milieu entrepreneurial.

L'Etat vise à réaménager le plan d'étude en introduisant des modules pour le développement des attitudes et des compétences entrepreneuriales et en privilégiant les disciplines orientées vers le marché -Les enseignants sont incités à s'éloigner le plus possible du modèle de transmission verticale des connaissances et à privilégier des méthodes telles que le raisonnement inductif, le travail de groupe, la mise en activités à travers la réalisation des projets; le travail sur cas...etc.

3.4.2 Formation des formateurs

L'université est appelée à former des formateurs en entrepreneuriat, pour cela, en date du 13 février 2023, lors des travaux de formation de formateurs, animés par des membres de la commission nationale de coordination et du suivi de l'innovation et des incubateurs universitaires, au profit des membres des incubateurs de Tizi-Ouzou, Béjaïa, Bouira et Boumerdes qui se sont déroulés à l'université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou s'est lancée la formation de plus de 500 formateurs un à travers le territoire national, pour encadrer les étudiants dans la création de leurs start-up.²¹

Selon le document diffusé par le Comité national de coordination pour le suivi de l'innovation et des incubateurs universitaires, ce programme de formation est organisé dans le cadre de la mise en application de l'arrêté ministériel n 1275 du 27 septembre 2022²², consistant en « un diplôme, une start-up/un diplôme, un brevet d'invention ». Des responsables d'incubateurs universitaires de start-up, de maisons de l'entrepreneuriat, de Centres d'appui à la technologie et à l'invention, entre autres, seront formés dans le cadre de ce programme, lors de regroupements régionaux (Centre, Est, Ouest et Sud), a-t-on ajouté dans le document.

Des programmes de formation agréés par le Comité national de coordination pour le suivi de l'innovation et des incubateurs universitaires ont été peaufinés à cet effet, au profit des concernés qui seront formés dans différents domaines dont le «design thinking», «business model canvas» (BMC) et de la formation des formateurs (Training Of Trainers TOT), afin qu'ils puissent accomplir leur mission avec plus d'efficacité, a signalé la même source. La formation de plus de 500 formateurs est la première phase du programme qui sera suivie par une deuxième étape qui portera sur la formation de plus de 1.500, le but de cette initiative est d'assurer aux étudiants concernés par l'arrêté ministériel 1275, la meilleure formation et le meilleur accompagnement.²³

La session de formation de Tizi-Ouzou concerne les formateurs de l'université de Bouira, Boumerdes, Bejaia, l'École supérieure d'informatique de cette même wilaya (Bejaia) et l'École nationale supérieure de technologie. Elle s'étalera sur trois jours. D'autres universités dont Alger 1, Blida 2, Adrar, Tlemcen, Oran, El Oued et Annaba, abriteront prochainement des

²¹ Travaux de formation de formateurs, animés par des membres de la commission nationale de coordination et du suivi de l'innovation et des incubateurs universitaires, au niveau de l'université Mouloud MAMMERI, Tizi-Ouzou ; les 13, 14 et 15 février 2023, au profit des membres des incubateurs de Tizi-Ouzou, Béjaïa, Bouira et Boumerdes.

²² Arrêté ministériel n° 1275 du 27 septembre 2022 portant sur le mécanisme « un diplôme, une Startup

²³<https://www.ummo.dz/deuxieme-jour-des-travaux-de-formations-de-formateurs/18/05/2023>

sessions de formation dans le cadre de ce programme qui s'étalera jusqu'au 6 mars prochain, précise le communiqué.

3.5 Financement et d'accompagnement des jeunes entrepreneurs

Avec un secteur industriel inefficace et l'arrivée de milliers de jeunes diplômés qui sortent chaque année de l'université algérienne l'emploi des étudiants est un aspect sérieusement affecté. Devant l'incapacité de l'Etat à créer les emplois nécessaires, la seule solution envisageable a été la création de structures étatiques pour l'encouragement de l'emploi de jeunes, telles que:²⁴

- L'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ).

- L'Agence Nationale de l'Emploi (ANEM).

Plusieurs dispositions sont mise en place dont les principes fondamentaux définissent les mesures d'aide et de soutien à la promotion de la petite entreprise, afin de faciliter la création, le développement et la compétitivité des entreprises. Les pouvoirs publics sont mobilisés pour offrir les moyens nécessaires à cet effet dans de nombreux champs du développement de l'esprit d'entreprise à savoir :²⁵

- La création d'un fonds de garantie des prêts bancaires accordés aux PME ;

- la création du fonds d'appui à l'investissement ;

- La création de la caisse de garantie des crédits d'investissement ;

- La création du fonds de promotion de la compétitive industrielle ;

- La mise en place du programme national de mise à niveau des pme face aux exigences du libre-échange et la mise en œuvre des accords d'association avec l'union européenne.

- La mise en œuvre des programmes de micro entreprises et du micro crédit et un fonds de garantie des risques liés au micro crédits.

3.6 Limites et perspectives

²⁴ Boufeldja GHIAT, Pratiques universitaires et intentions entrepreneuriales des étudiants en Algérie, conférence internationale, Roanne 7 – 8 mars, 2019, p 3-4.

²⁵ FIRLAS Mohammed, Impact des politiques d'aide à l'entrepreneuriat sur l'émergence d'esprit d'entreprise chez les jeunes. Cas : ANSEJ de Tizi-Ouzou, Mémoire de magister en Sciences de Gestion Option: Management des entreprises, UMMTO, 2012, P 100

3.4.1 Les limites

Les contraintes actuelles sont majeures à tous les niveaux : la culture ambiante ; les capacités techniques de la start-up ; l'écosystème de l'entreprise et les politiques publiques. Malgré l'action menées jusqu'ici pour le développement de l'entrepreneuriat au milieu universitaire, mais plusieurs insuffisances sont à évoquer telles que :

3.4.1.1 La fragilité des politiques publiques

Elles manquent de vision comme en témoignent l'absence de stratégie de développement à long terme. Il y a un manque d'ambition en direction de secteurs de pointe (économie du savoir, numérisation, vert, TIC) et un manque de plan de numérisation de l'économie au moment où les trends mondiaux amorcent des tournants considérables, transforment les structures des aleurs ajoutées de nombreux pays et offrent des opportunités. d- L'écosystème des start-up est pesant.

3.4.1.2 Les insuffisances techniques, matérielles et humaines

L'université algérienne a connu une importante réforme en adoptant le système européen LMD, mais les environnements matériels, socioculturel, et organisationnel dans lesquels elle évolue ont rendu difficile l'application de cette réforme telle qu'elle est appliquée en Europe.

Cela est dû au manque d'un tissu industriel qui permet aux étudiants de bénéficier des formations adéquates.

3.4.1.3 L'incapacité technique des start-up

Une fois mise place, la nouvelle entreprise exige un savoir-faire technique, commercial et financier qu'une formation auprès d'un incubateur ne saurait apporter, ce qui peut compromettre le succès de la start-up.

3.4.1.4 Manque d'une culture de l'entrepreneuriat

Ce manque empêche de ce fait la mise en place de réseaux intégrés d'appui aux jeunes entrepreneurs (les universités, les entreprises, les banques, les organisations patronales et les pouvoirs publics).

3.4.2 Perspectives

L'entrepreneuriat reste encore marginalisé au sein des universités algériennes. Comme ils soulignent le manque de spécialisation du personnel formateur en la matière et son manque de connaissance de l'entreprise sur le terrain. Quant aux pratiques pédagogiques adoptées, elles demeurent traditionnelles et obsolètes devant les exigences du développement du métier de l'entrepreneuriat et des activités innovantes. D'où l'importance de la mise en place d'un référentiel de compétence en matière de l'apprentissage de l'entrepreneuriat. Dans cette perspective, les spécialistes du domaine proposent des ateliers de travail, de concours d'idées, de rencontres et témoignages avec des professionnels, de jeux de simulation de création d'entreprise.

Ces différentes actions permettent aux jeunes d'acquérir une vue précise et large de l'esprit d'entreprise, de démystifier l'entrepreneuriat et de développer des comportements comme la prise de risques, le sens des responsabilités, la solidarité, l'esprit d'équipe, le leadership.

Le déroulement de ces activités se fait selon une méthode bien étudiée, suivant les objectifs à atteindre, avec la mise en place de démarches et outils utiles afin d'atteindre les finalités suivantes :²⁶

- Révéler le potentiel entrepreneurial des étudiants,
- Favoriser leur engagement à travers la réalisation et gestion de projets en équipe,
- Développer leurs qualités et compétences humaines, managériales,
- Faciliter leur insertion professionnelle.
- Le cadre institutionnel, lui-même joue un rôle dans l'émergence de l'esprit d'entreprise, soit en stimulant directement par de divers avantages, et en procurant un cadre favorable qui ne soit pas administrativement et fiscalement trop contraignant, qui soit équitable entre les intervenants, favorisant la confiance mutuelle plutôt que la méfiance entre administration et entreprise.

L'université doit s'ouvrir plus sur son environnement économique et social tout en Invitant des entrepreneurs à animer des conférences et séminaires et partager leurs savoir-faire avec les étudiants. Lancer des concours de business plan et coaching de projets de création pour inciter

²⁶ BERREZIGA Amina, L'entrepreneuriat En Milieu Universitaire, Revue :Reformes Economiques et Intégration en Economie Mondiale, ESC n° 14/2013 , P117.

les étudiants à innover et découvrir des opportunités et des idées. -Créer un département de la formation à l'entrepreneuriat. Créer des pépinières des start-up au sein de l'université pour aider les créateurs à concrétiser leurs projets. -Finalement ; l'université est appelé à adapter un système de communication efficace pour pouvoir sensibiliser et toucher les cibles. Sensibiliser les apprenants aux principaux concepts à la base des comportements, des motivations et des actions des entrepreneurs.

En résumé, l'accent doit être mis essentiellement sur les attitudes à l'égard de la création d'entreprise, les aptitudes entrepreneuriales et l'intention des étudiants à rendre leur comportement plus performant.

Conclusion

Nous avons vu qu'actuellement, les chercheurs ainsi que les pouvoirs publics en Algérie tentent de développer l'esprit entrepreneurial chez les jeunes diplômés afin de créer la richesse, et contribuer à leur tour à la réduction du chômage chez les diplômés qui ne cesse de prendre de l'ampleur. Dans ce cadre, l'université a un rôle à jouer dans la mesure où des formations en entrepreneuriat et création d'entreprise peuvent être dispensées afin de sensibiliser les étudiants à ce créneau porteur. Un instrument promotionnel de la politique d'emploi; conçu comme un moyen de créer des activités, des entreprises et surtout de l'emploi et de participer au développement économique.

Pour cet effet, les actions menées par l'Etat afin de développer l'entrepreneuriat chez les étudiants universitaires, par l'enseignement de l'entrepreneuriat, ensuite, par le biais de la création des Maisons de l'Entrepreneuriat et d'incubateurs universitaires dans l'objectif de promouvoir l'esprit entrepreneurial chez les étudiants et de les sensibiliser à la création de leurs propres entreprises.

Les Maisons de l'Entrepreneuriat jouent un rôle fondamental, dans la mesure où elles visent la sensibilisation, la formation et l'accompagnement des étudiants universitaires à l'entrepreneuriat, afin de les préparer à franchir le pas vers la concrétisation de leur propre projet d'entreprise, à travers les différents dispositifs mis par l'Etat (ANSEJ, Caisse Nationale d'Assurance Chômage, Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit, etc.).

*Chapitre 03 : Etude de l'efficacité de dispositifs
d'accompagnement à l'entrepreneuriat*

Introduction

Au cours des dernières années, il a été constaté une importante évolution de l'esprit d'entreprendre chez les jeunes en Algérie engagée par les différents dispositifs de financement et de création d'entreprises mis en place par le Gouvernement algérien dans sa politique de lutte contre le chômage. Ces opportunités à la création d'entreprises, soutenues par des mesures accessoires, notamment par des exonérations fiscales, doivent être appuyées par des outils de soutien et d'accompagnement techniques au montage de projets. C'est l'un des objectifs visés par le programme.¹

La Maison de l'entrepreneuriat est le cordon ombilical entre l'université et le monde économique ; cette dernière de l'université Mouloud-Mammeri de Tizi-Ouzou (UMMTO) constitue aujourd'hui un vivier pour les jeunes désirant créer leur propre entreprise. En effet, cette nouvelle institution permet aux jeunes diplômés de l'université de s'imprégner du monde de l'entreprise avant même qu'ils n'achèvent leur cursus universitaire.²

Ce dernier chapitre composé de deux sections ; la première section sera consacrée à la présentation de la maison de l'entrepreneuriat et les personnes interrogées, ainsi que la méthodologie de l'enquête. La deuxième section sera dédiée aux résultats de l'enquête, les contraintes et recommandation autrement dit les points on peut améliorer.

¹ <http://paje.dz/index.php/programme-d-appui-jeunesse-emploi/2-non-categorise/32-accompagnement-des-jeunes-a-l-entrepreneuriat.html>, consulté le 08/06/2023

² <https://www.horizons.dz/tizi-ouzou-maison-de-lentrepreneuriat-le-cordon-ombilical-entre-luniversite-et-le-monde-economique/08/06/2023>

Section 01 : présentation de la maison de l'entrepreneuriat

1.1 Maison de l'entrepreneuriat

Globalement, les maisons de l'entrepreneuriat visent à développer la culture entrepreneuriale, en valorisant les comportements entrepreneuriaux dans un contexte d'ouverture des universités sur l'environnement de la création d'entreprise. Afin d'impliquer et de préparer mieux les étudiants à l'initiative entrepreneuriale, un dispositif a été créé auprès de l'ANSEJ (actuelle ANADE) en partenariat avec 58 universités algériennes.³

A ce titre, une expérience pilote a été lancée au niveau de l'université Les frères Mentouri de Constantine en 2007 et élargie en 2014 à d'autres établissements suite aux résultats concluants de la mise en œuvre de ce concept. A l'instar d'autres établissements à travers le territoire national et à la faveur de l'élargissement de cette expérience, l'université de Tizi-Ouzou a créé sa maison entrepreneuriale et organisé une série d'actions impliquant un nombre important d'étudiants. Ceci, conformément à une convention cadre de partenariat entre le ministère du travail, de l'emploi et de la sécurité sociale et le ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique, signé le 09 mars 2017, avec une convention ANADE- Université Mouloud MAMMERI, Tizi- Ouzou qui est signée le 17 avril 2017, entre Le Recteur de l'Université d'une part et le Directeur de l'ANADE d'autre part. Plus tard, et en date du 22 janvier 2019 a été signé le PV d'installation du comité local mixte pour la promotion de la micro entreprise. Les parties constituant ce comité étaient :

- Le Directeur de l'emploi de la wilaya de Tizi- Ouzou ;
- Le directeur de l'ANSEJ (ANADE actuelle) ;
- Un cadre formateur, représentant de l'ANSEJ (ANADE actuelle) ;
- Deux enseignants et un administrateur représentants du rectorat.⁴

Depuis, le comité de pilotage tient à redynamiser l'activité de la maison entrepreneuriale de l'université Mouloud MAMMERI, Tizi-Ouzou, notamment suite aux derniers ajustements

³AMNACHE- CHIKH Sabrina, Revue Etudes Economiques Volume: 16/ N°: 02 (2022) par, site : <https://www.asjp.cerist.dz/> consulté le 08/06/2023

⁴ Idem

relatifs au statut de l'ANSEJ et au passage à l'ANADE, la nouvelle réglementation concernant les incubateurs, les *startups* et les projets innovants. Les actions de sensibilisation et de formation viendront en complément à la formation académique acquise et porteront sur la préparation et la familiarisation des étudiants ou jeunes diplômés au processus concret de créativité et d'innovation, de création d'entreprises, de connaissance de l'environnement de l'entreprise mais aussi d'acquisition de l'esprit d'initiative et de d'entrepreneuriat en particulier dans les technologies nouvelles et les activités innovantes.⁵

La METO a axé son travail préalable sur les actions de sensibilisation et de formation qui viennent en complément de la formation académique acquise et portent sur la préparation et la familiarisation des étudiants ou jeunes diplômés au processus concret de créativité et d'innovation, de création d'entreprises, de connaissance de l'environnement de l'entreprise, mais aussi d'acquisition de l'esprit d'initiative et d'entrepreneuriat, en particulier dans les technologies nouvelles. Concernant les objectifs assignés, il s'agit, entre autres, de formations qui porteront sur la préparation et la familiarisation des étudiants ou jeunes diplômés au processus concret de créativité et d'innovation, de création d'entreprises et de connaissance de l'environnement. Formations qui permettront l'acquisition de l'esprit d'initiative et de l'entrepreneuriat en particulier dans les technologies nouvelles.⁶

1.1.1 Ses objectifs

Les objectifs de la Maison de l'Entrepreneuriat s'articulent autour de trois (3) principaux axes:

- Information systématique et actualisée sur les dispositifs d'encouragement à la création d'entreprises innovantes et de startup ;
- Organisation de formations plus adaptées aux méthodes et techniques de créativité et d'innovation, à la création de startup (lean-startup), à la conception de business model, plan d'affaire, techniques de négociations, etc. ;

⁵ Idem

⁶ <https://www.horizons.dz/tizi-ouzou-maison-de-lentrepreneuriat-le-cordon-ombilical-entre-luniversite-et-le-monde-economique/>, consulté 09/06/2023

- Encouragement et accompagnement pour la création et le développement de projets concrets et innovants pouvant aboutir à la création d'entreprise ou à trouver des solutions innovantes aux problèmes d'entreprises existantes.⁷

On peut rajouter :

- d'élargir son périmètre d'action en particulier en matière de sensibilisation et d'information ;
- d'encourager et d'accompagner la promotion de nouveaux projets innovants ;
- de former des compétences entrepreneuriales ;
- de consolider le partenariat avec les différents acteurs économiques et ceux animant les différents dispositifs prévus à cet effet en particulier l'ANADE ;
- favoriser les échanges avec les principaux acteurs de l'environnement administration fiscales, banque, collectivité locales.

1.1.2 Ses missions

La Maison de l'entrepreneuriat a pour mission principale la sensibilisation et la préparation des étudiants à l'activité entrepreneuriale et à la vie active en général. Tout en favorisant les échanges avec les principaux acteurs de l'environnement (administrations fiscales, parafiscales, banques, administrations publiques, collectivités locales, partenaires potentiels...). Comme elle cherche à leur fournir un espace de travail avec des moyens adéquats (Salles de réunions, bureaux...), des services d'accueil, de consulting et de conseil, afin de pré-accompagner les porteurs de projets notamment. Concrètement, ce travail se fera grâce à des programmes annuels bien précis, portant sur un ensemble d'actions :

- Sessions de formation sur la démarche entrepreneuriale, la méthode trie- cree du BIT et le business model canevas ;
- Journées et caravanes d'information et de sensibilisation ;
- Séminaires et journées d'étude sur l'entrepreneuriat ;

⁷ AMNACHE- CHIKH Sabrina, Op cite ,P 62.

- Universités d'été : cursus sur la création d'entreprise, avec la participation des partenaires de l'ANADE.
- Tables rondes thématiques ;
- Concours du meilleur business plan ;
- Concours de la meilleure idée.⁸

1.2 L'Agence Nationale pour le Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ)⁹

Il existe plusieurs organismes et dispositifs dans le domaine d'appui à l'entrepreneuriat et des PME. Nous pouvons citer entre autres : L'agence nationale de développement de la PME (ANDPME), Le Fonds de Garantie des Crédits aux PME, La Caisse de Garantie des crédits à l'investissement des PME, Conseil National Consultatif (CNC) ou encore les Chambres Nationales de Commerce et d'Industrie (CACI), les Pépinières d'entreprises, les Centres de Facilitation, Fonds National de la Zakat, Fond National de Promotion des Activités Artisanales (FNPAAT), Agence Nationale de Valorisation des Résultats de la Recherche et du Développement technologique (ANVREDET), Agence de Développement Social(ADS)...etc. Cependant, à notre niveau, nous nous intéressons uniquement à l'ENSEJ.

1.2.1 Présentation de l'ENSEJ

Créée en 1996 et mise en place en 1997, elle est aujourd'hui représentée à l'échelle nationale à travers ses 53 antennes pour un rôle essentiel : le soutien à l'emploi de jeunes chômeurs porteurs d'idée de projet âgés de (19 à 35-40 ans⁵) par l'aide à la création de micro-entreprises orientées plutôt vers l'artisanat et la TPE pour des montants d'investissements pouvant atteindre 10 millions.

L'ANSEJ offre des aides au financement à travers des crédits accordés par des banques nationales conventionnées, auprès desquelles elle dépose elle-même les dossiers validés des jeunes porteurs de projets. Un fond de garantie a également été créé en 1998 afin de donner plus de facilités aux PME pour l'accès au financement.

⁸ Idem

⁹ Amina Meziane : Université M'hamed Bougara Boumerdes, L'appui à l'entrepreneuriat en Algérie à partir du dispositif de l'ANSEJ

L'ANSEJ a aussi un autre rôle de conseil, d'accompagnement et d'assistance financière et technique. Par ailleurs, dans le cadre de la promotion de l'esprit d'entreprise, l'ANSEJ conclue des conventions avec plusieurs universités pour l'exploitation de potentiel des étudiants en direction de projets innovants et porteurs de développement.¹⁰

1.2.2 Les caractéristiques de l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes¹¹

- **La simplicité** : les dossiers d'investissement présentés à l'ANSEJ par les jeunes promoteurs ne sont pas soumis à des instances spécialisées telles que les comités techniques et autres commissions de sélection. L'attestation d'éligibilité au dispositif est délivrée par les services de l'ANSEJ sur la base d'une étude de faisabilité du projet et après un entretien d'orientation avec le chargé d'études de l'Agence qui vérifie également les critères réglementaires d'éligibilité des jeunes promoteurs.

- **La transparence** : les critères d'éligibilité au dispositif sont clairement énoncés dans les textes réglementaires. - L'âge du promoteur : le promoteur doit être âgé entre 19 ans et 35 ans. L'âge du gérant peut aller jusqu'à 40 ans à condition que le projet génère au moins trois emplois permanents ; - La situation de chômage : les promoteurs doivent être en situation de chômage au moment de dépôt de leurs dossiers ; - La qualification : les promoteurs doivent disposer de qualifications en rapport avec l'activité projetée.

- **La souplesse** : la création d'entreprise est loin d'être une science exacte, le chargé d'études de l'Agence a pour mission d'aider les jeunes promoteurs à configurer leurs projets. De plus, le dispositif de l'ANSEJ offre aux jeunes créateurs de micro entreprises, des avantages fiscaux et parafiscaux qui sont essentiellement : - La franchise de TVA pour l'acquisition des biens d'équipement en phase de création du projet ; - L'exonération totale d'impôts pendant les trois premières années de mise en exploitation du projet ; cette période est portée à six ans lorsque le projet est implanté en zone à promouvoir.

1.2.3 Les missions de l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes¹²

¹⁰ Amina Meziane, Op cite , P37.

¹¹ Mr FIRLAS Mohammed ; mémoire magister thème Impact des politiques d'aide à l'entrepreneuriat sur l'émergence d'esprit d'entreprise chez les jeunes. Cas : ANSEJ de Tizi-Ouzou. P130/131 ; 2012.

¹² Idem

En vertu de ses statuts, l'ANSEJ a pour missions de soutenir, de conseiller et d'accompagner les jeunes chômeurs porteurs de projets durant toutes les phases jalonnant le processus de création de leurs micro-entreprises. Elle assure également, le suivi des investissements réalisés. Les missions de l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes sont les suivantes :

- Soutenir, conseiller et accompagner les jeunes promoteurs dans le cadre de la mise en œuvre de leurs projets d'investissement ;
 - Assurer le suivi des investissements réalisés par les jeunes promoteurs en veillant au respect des clauses des cahiers des charges qui les lient à l'agence et en les assistant, en cas de besoin, auprès des institutions et organismes concernés par la réalisation des investissements ;
 - Encourager toute autre forme d'actions et de mesures tendant à l'emploi de pré embauche.¹²⁷
- Elle dispose d'un réseau de 53 agences à travers tout le territoire national.

On peut citer d'autres missions :

- Soutenir, conseiller et accompagner les porteurs de projets à la création d'activités.
- Mettre à la disposition des porteurs de projets toute information économique, technique, législative et réglementaire relative à leurs activités.
- Développer des relations avec les différents partenaires du dispositif (banques, impôts, CNAS et CASNOS, etc.).
- Développer un partenariat intersectoriel pour l'identification des opportunités d'investissement divers secteurs.
- Assurer une formation sur la technique de gestion de la micro-entreprise au profit des porteurs de projets.
- Encourager toute autre forme d'actions et de mesures pour la promotion de la création et l'extension d'activité.¹³

1.3 La méthodologie de l'enquête

Pour bien mené notre enquête on a choisi d'effectuer des entretiens afin de collecter des données et les analyser en suite ; avant tout une présentation théorique de ce concept s'impose.

¹³ <https://anade.dz/index.php/fr/presentaion-de-l-ansej/presentaion-du-l-ansej> , consulté le 10/06/2023

1.3.1 Définition d'un entretien

Technique de collecte d'informations à l'aide d'une conversation plus ou moins dirigée, avec un ou plusieurs répondants.

1.3.2 Les types d'entretiens¹⁴

A. L'entretien directif

L'entretien directif est une méthode d'étude qualitative basée sur la réalisation d'entretiens individuels ou collectifs durant lesquels l'animateur dirige les échanges avec l'individu ou les individus interviewés.

Cette méthode d'entretien nécessite souvent une étude exploratoire préalable qui permet de structurer le déroulement de l'entretien.

B. L'entretien semi-directif

L'entretien semi-directif est une méthode d'étude qualitative basée sur la réalisation d'entretiens individuels ou collectifs durant lesquels l'animateur dicte uniquement les différents thèmes devant être abordés sans pour autant pratiquer un questionnement précis.

C. L'entretien non directif

L'entretien non directif est une méthode d'étude qualitative basée sur la réalisation d'entretiens individuels ou collectifs durant lesquels l'animateur est le moins actif possible et laisse un maximum de latitude aux interviewés pour exprimer leurs ressentis ou attitudes.

La gestion d'un entretien non directif demande une grande maîtrise de la conduite des entretiens, car il est nécessaire de rester le plus neutre possible tout en évitant des digressions inutiles dans le contexte de l'étude.

La conduite d'entretien, méthode de recueil des données très utilisée et en apparence simple, repose toutefois sur des techniques spécifiques. Elle nécessite notamment de maîtriser les cadres épistémologiques auxquels se réfèrent les entretiens qu'ils soient directifs, semi-directifs ou non directifs.¹⁵

¹⁴ <https://www.definitions-marketing.com/>, consulté le 10/06/2023.

¹⁵ <https://www.cairn.info/les-methodes-de-recherche-du-dba--9782376871798-page-108.htm>, consulté le 10/06/2023.

Tableau N°04 : Caractéristiques des trois types d'entretiens¹⁶

Entretien dirigé (ou directif)	Entretien semi-dirigé (ou semi-directif)	Entretien libre (ou non directif)
Discours non continu qui suit l'ordre des questions posées	Discours par thèmes dont l'ordre peut être plus ou moins bien déterminé selon la réactivité de l'interviewé	Discours continu
Questions préparées à l'avance et posées dans un ordre bien précis	Quelques points de repère (passages obligés) pour l'interviewer	Aucune question préparée à l'avance
Information partielle et réduite	Information de bonne qualité, orientée vers le but poursuivi	Information de très bonne qualité, mais pas nécessairement pertinente
Information recueillie rapidement ou très rapidement	Information recueillie dans un laps de temps raisonnable	Durée de recueil d'informations non prévisible
Inférence assez faible	Inférence modérée	Inférence exclusivement fonction du mode de recueil

Source : D'après De Ketele et Roegiers (1996, p. 172).

1.3.3 Type d'entretien choisi

Après avoir fait une présentation des types d'entretiens on a opté pour un entretien libre (non directif), un discours continu avec monsieur A.SEDIKI membre de la maison de l'entrepreneuriat et professeur à l'université de Mouloud MEMMERI de Tizi-Ouzou, un entretien d'une durée de 20 minutes ; afin de collecter des informations nous avons posé ses questions suivantes :

- Quels sont les objectifs et mission de la maison de l'entrepreneuriat ?
- Quel est l'avantage de ce dispositif afin d'accompagner des jeunes entrepreneurs ?
- Quels sont les points qu'elle doit améliorer la maison de l'entrepreneuriat ?

1.3.4 Analyse documentaire

Opération intellectuelle visant à identifier les informations contenues dans un document ou un ensemble de documents et à les exprimer sans interprétation ni critique, sous une forme concise et précise telle qu'un résultat d'indexation, un résumé, un extrait¹⁷.

L'analyse documentaire est l'opération essentielle déterminant la qualité ou la non-qualité d'une recherche d'information qui en est l'aboutissement : elle consiste à extraire d'un texte tout son sens, pour le transmettre à qui en a le besoin.¹⁸

¹⁶ <https://www.cairn.info/> , consulté le 11/06/2023

¹⁷ <https://www.adbs.fr/analyse-documentaire> , consulté le 11/06/2023

¹⁸ <https://side.developpement-durable.gouv.fr/>, consulté le 11/06/2023

Comme deuxième méthode de recherche nous avons choisi d'effectuer une analyse sur la revue d'étude économique faite par Mme Sabrina Annache-Chikh la directrice de la structure (maison de l'entrepreneuriat), on a fait extraire des données pertinentes comme les tableaux sur Enseignement de l'Entrepreneuriat à la Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion, Enseignement de l'Entrepreneuriat dans les autres facultés et un Bilan des actions réalisées à la maison de l'entrepreneuriat

Présentation des données (tableaux) :

Tableau N°05: Enseignement de l'Entrepreneuriat à la Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion

Type et intitulé de la formation	Intitulé de la matière se rapportant directement à l'enseignement de l'entrepreneuriat
Economie monétaire et bancaire (Master académique/ professionnalisant)	Entrepreneuriat
Développement local, tourisme et valorisation du patrimoine (Master professionnalisant)	Entrepreneuriat et politiques industrielles
Economie et finance locale (Master académique/ professionnalisant)	-Entrepreneuriat local -Entrepreneuriat social
Audit et contrôle de gestion (Master académique)	Entrepreneuriat
Finance d'entreprise (Master académique/ professionnalisant)	Entrepreneuriat
Finance et assurance (Master académique/ professionnalisant)	Entrepreneuriat
Gestion des ressources humaines (Master académique/ professionnalisant)	Entrepreneuriat
Management public (Master académique/ professionnalisant)	Entrepreneuriat dans le secteur public
Management des entreprises et des organisations (Licence académique)	Entrepreneuriat et création d'entreprises
Marketing des services (Master académique/ professionnalisant)	Entrepreneuriat
Marketing hôtelier et touristique (Master académique/ professionnalisant)	Entrepreneuriat
Marketing management (Master académique/ professionnalisant)	Entrepreneuriat

Source : Etabli à partir des données du Service du Vice-Rectorat à la pédagogie, 2022.

Tableau N°06 : Enseignement de l'Entrepreneuriat dans les autres facultés

Filière	Spécialité du Master	Intitulé de la matière se rapportant à l'enseignement de l'entrepreneuriat
Électronique	Entrepreneuriat & Management	
Électronique	Instrumentation	Entrepreneuriat & Management
Électronique	Microélectronique	Entrepreneuriat & Management
Électrotechnique	Commande électrique	Entrepreneuriat et gestion des entreprises
Électrotechnique	Électrotechnique industrielle	Entrepreneuriat et gestion des entreprises
Électrotechnique	Energies renouvelables	Entrepreneuriat et gestion des entreprises
Électrotechnique	Machines électriques	Entrepreneuriat et gestion des entreprises
Électrotechnique	Réseaux électriques	Entrepreneuriat et gestion des entreprises
Génie biomédical	Instrumentation biomédicale	Entrepreneuriat & Management
Télécommunications	Réseaux et télécommunications	Entrepreneuriat & Management

Source : Etabli à partir des données du Service du Vice-Rectorat à la pédagogie, 2022.

Tableau N°07 : Bilan des actions réalisées à la maison de l'entrepreneuriat (2017- 2021)

Actions réalisées à la maison de l'entrepreneuriat pour l'année 2017	
Action réalisée	Total
Journées d'informations et de sensibilisation à l'entrepreneuriat	10
Entretiens de sélection réalisés	137
Sessions de formation	5
Nombre d'étudiants formés	69
Actions réalisées à la maison de l'entrepreneuriat pour l'année 2018	
Action réalisée	Total
Journées d'informations et de sensibilisation à l'entrepreneuriat	/
Entretiens de sélection réalisés	233
Sessions de formation	12
Nombre d'étudiants formés	18

Actions réalisées à la maison de l'entrepreneuriat pour l'année 2019	
Action réalisée	Total
Journées d'informations et de sensibilisation à l'entrepreneuriat	/
Entretiens de sélection réalisés	50
Sessions de formation	4
Nombre d'étudiants formés	42
Actions réalisées par la maison de l'entrepreneuriat pour l'année 2020	
Action réalisée	Total
Journées d'informations et de sensibilisation à l'entrepreneuriat	/
Entretiens de sélection réalisés	50
Sessions de formation	1
Nombre d'étudiants formés	16
Actions réalisées par la maison de l'entrepreneuriat pour l'année 2021	
Action réalisée	Total
Journées d'informations et de sensibilisation à l'entrepreneuriat	7
Entretiens de sélection réalisés	50
Sessions de formation	3
Nombre d'étudiants formés	36
Actions réalisées par la maison de l'entrepreneuriat à la date de juin 2022	
Action réalisée	Total
Journées d'informations et de sensibilisation à l'entrepreneuriat	1
Entretiens de sélection réalisés	3
Sessions de formation	2
Nombre d'étudiants formés	10
TOTAL	
Journées d'informations et de sensibilisation à l'entrepreneuriat	18
Entretiens de sélection réalisés	523
Sessions de formation	31

Nombre d'étudiants formés	359
---------------------------	------------

Source : ANADE et Maison de l'entrepreneuriat, juin 2022.

Section 02 : Les résultats de l'enquête

2.1 Données statistique

2.1.1 La lecture des tableaux

La lecture de tableau N°05 nous permet de remarquer que dans le domaine des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion, l'enseignement de l'entrepreneuriat est assez généralisé. En revanche, cet enseignement reste purement théorique et il gagnerait à intégrer la dimension empirique afin de permettre aux étudiants d'évoluer en immersion en entreprise. A juste titre, des stages pratiques se faisaient obligatoirement en entreprises, dans certaines spécialités lors de l'élaboration du mémoire de master, mais la crise sanitaire de la covid- 19 a réduit largement les déplacements des étudiants en entreprises, comme l'une des mesure de lutte contre la propagation du virus. En outre, l'entrepreneuriat comme matière est aussi assuré dans d'autres facultés, à caractère obligatoire aussi, mais comme unité transversale.

La lecture de tableau N°06 permet de conclure que l'enseignement de l'entrepreneuriat reste à un état embryonnaire, en dehors du domaine de l'économie. Cette matière n'est pas généralisée et de nombreuses facultés en sont simplement dépourvues : Sciences biologiques, Génie mécanique, Génie civil, Sciences agronomiques, Sciences de la matière, Hydraulique, Physique, Droit et sciences politiques ; pour que les formations universitaires puissent inciter à l'entrepreneuriat, elles gagneraient à ne pas se baser exclusivement sur les apprentissages théoriques et la transmission des connaissances mais aussi sur le renforcement des compétences et des savoirs- faire permis par les liens que tisse l'université avec les entreprises et le marché du travail.

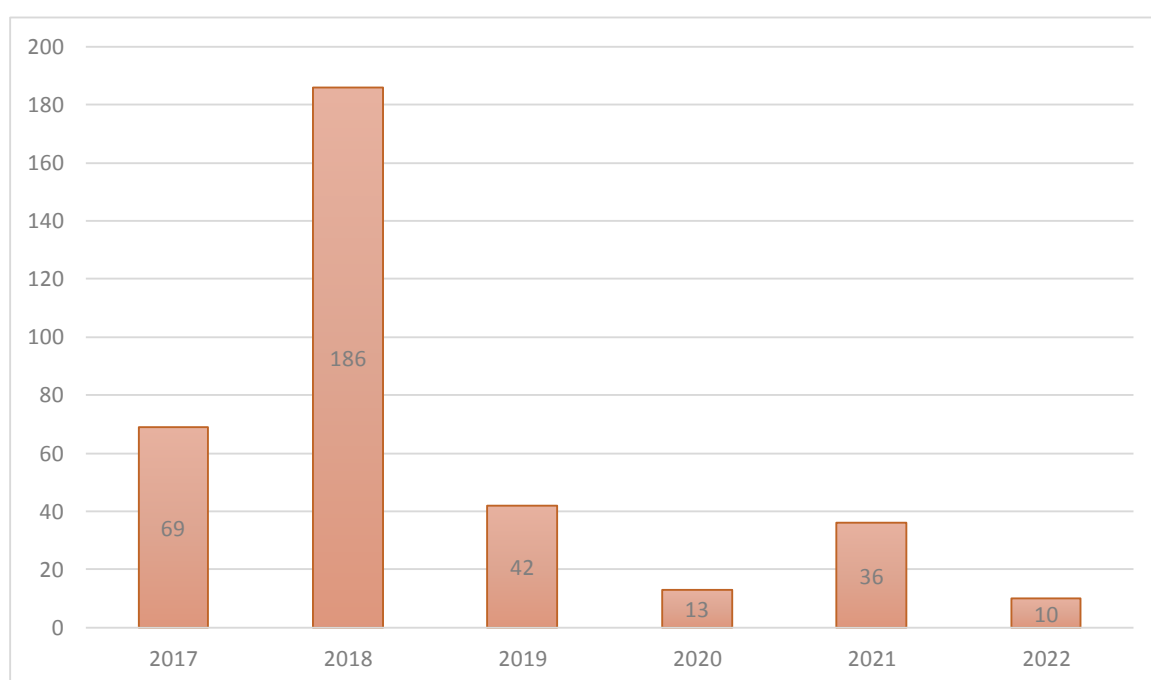
La lecture de tableau N°07 permet de souligner que l'activité de la maison de l'entrepreneuriat avait bien démarré en 2017 et 2018. En revanche l'année 2019 a connu des arrêts d'activités récurrentes dans un contexte de grèves répétées des étudiants. Par la suite, la crise sanitaire de la covid-19 a aussi conduit à la limitation du dynamisme de la Maison de l'entrepreneuriat, à cause des multiples situations de confinement. A titre d'exemple, le

programme de l'année 2022 n'a été entamé qu'en mois de mars pour cette même raison. En mars 2022, la maison de l'entrepreneuriat a organisé une journée porte ouverte afin de sensibiliser les étudiants à s'y inscrire, puis un atelier de formation intitulé «devenir entrepreneur» a été assuré aux étudiants.

2.1.2 Représentation et lecture des graphiques

Les graphiques suivant illustrent le bilan de la maison de l'entrepreneuriat :

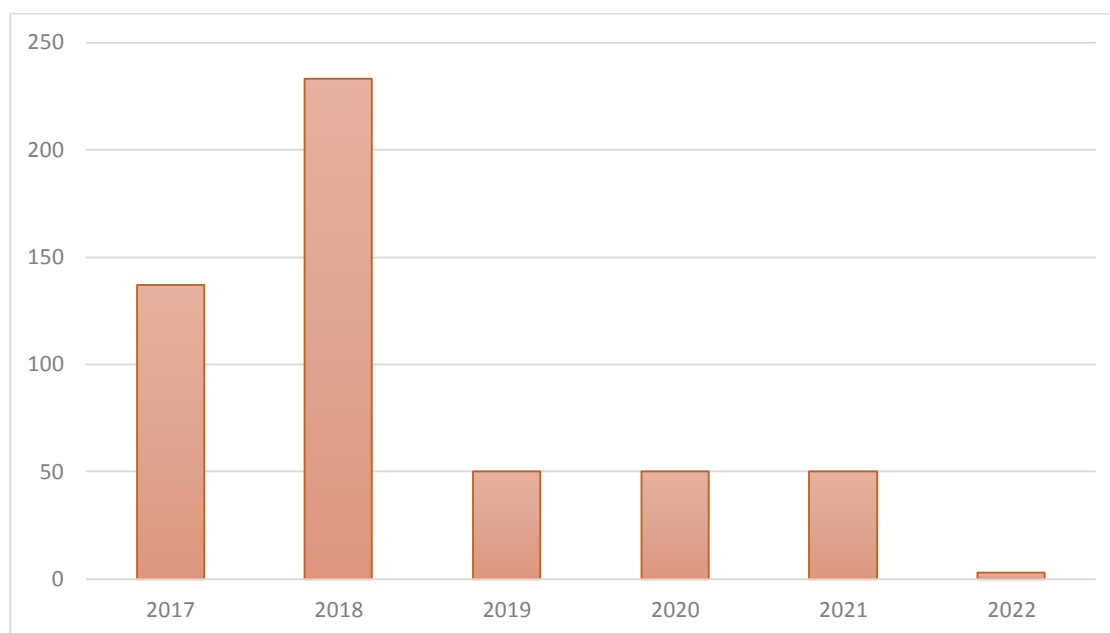
Figure N°04 : nombre des étudiants formés



Source : établie à partir du tableau N° 07

Cette figure permet de constater plus clairement que le nombre d'étudiants formés dans le cadre de la maison de l'entrepreneuriat était de moins en moins important ces dernières années, une augmentation en 2018 et une baisse remarquable en 2022.

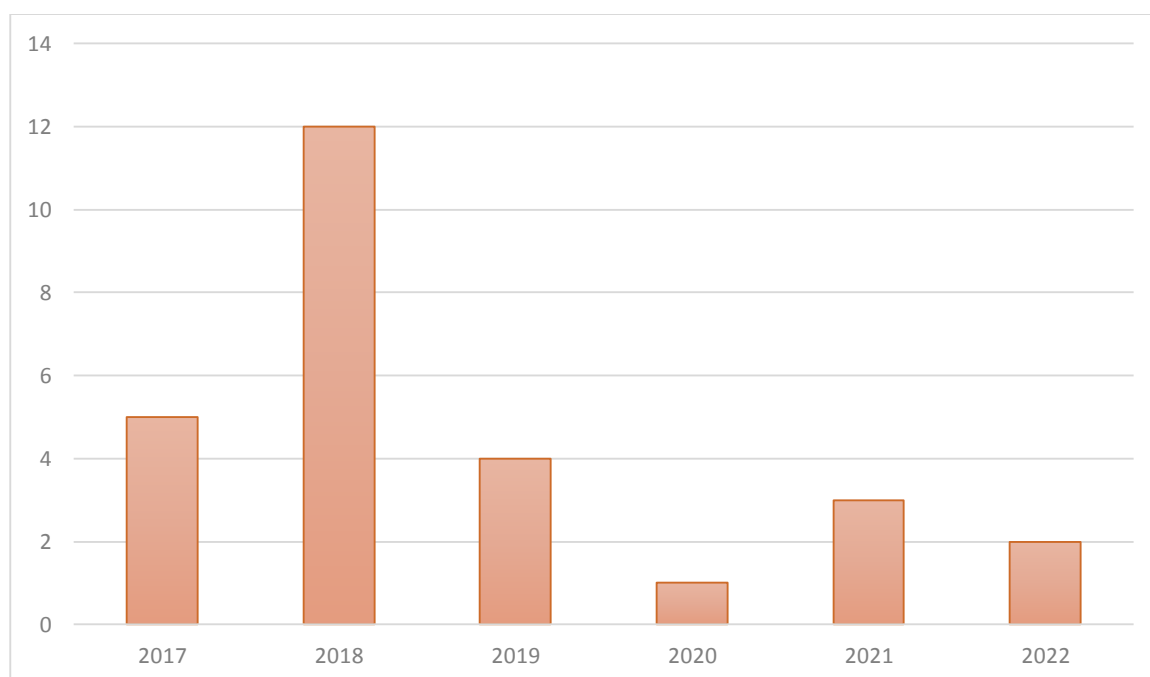
Figure N°05 : Nombre d'entretiens de formation réalisés



Source : établie à partir du tableau N°07

Dans cette figure on remarque le nombre d'entretiens de formation réalisés est élevé en 2017 et 2018, constant de 2019 jusqu'à 2021 et une chute du nombre en 2022 à cause de la conjoncture défavorable de crise sanitaire notamment.

Figure N°06: Nombre de sessions de formation



Source : établie à partir du tableau N°07

La figure N°06 permet aussi de constater que le nombre de sessions de formation a largement baissé par rapport aux premières années de l'activité de la Maison de l'Entrepreneuriat, ce qui est dû également au contexte de crise.

2.1.3 Le nombre d'entreprises créées

Mme Sabrina Amnache-Chikh souligne que le nombre d'entreprises créées par des porteurs de projets ayant suivi les formations assurées dans le cadre de la maison de l'entrepreneuriat est de trois entreprises seulement.

Quantitativement, il est évident que ce nombre n'est pas important par rapport aux nombre total des étudiants concernés par ces formations. Toutefois, il convient de souligner que le bilan ne doit pas être quantitatif et basé sur le nombre d'entreprises créées seulement, et ce pour deux raisons précises : selon l'ANADE, d'autres entreprises sont créées mais elles posent un problème de traçabilité car elles ne sont pas passées par ce dispositif. Aussi, d'autres pourraient être créées potentiellement si ces formations ont réussi dans une certaine mesure à inculquer l'esprit d'entreprise et l'intention entrepreneuriale chez les jeunes .

2.2 Les contraintes

Après avoir fait une enquête on a pu ressortir les contraintes suivantes :

- Beaucoup d'étudiants s'inscrivent mais ne viennent pas aux formations, par manque de motivation ;
- L'enseignement de l'entrepreneuriat est marginalisé ou simplement absent dans plusieurs facultés ;
- Un problème de traçabilité car plusieurs entrepreneurs sont pas passées par ce dispositif autrement dit ils n'ont pas suivi une formation entrepreneuriale ;
- Enseignement reste purement théorique, l'absence la dimension empirique ;
- L'esprit d'entreprise et la culture entrepreneuriale sont pas développer suffisamment ;
- L'accès à l'information, un manque en matière de disponibilité de l'information ;
- La non utilisation des nouvelles technologies ;

- Un membre de la maison de l'entrepreneuriat indique que y'a un manque des moyens, exemple absence des services de visioconférence pour faire des formations à distance et assurer des conférences.

2.3 Les recommandations

Afin d'améliorer qualitativement et quantitativement la formation à l'entrepreneuriat au niveau de l'université de Tizi- Ouzou, pour aboutir à un réel développement de l'esprit d'entreprendre chez les jeunes universitaire et à une meilleure insertion professionnelle, ainsi que pour un accroissement du nombre d'idées de projets concrétisées par la création d'entreprises, quelques recommandations opérationnelles sont à tenir en ligne de compte :

- Mettre en place un référentiel de compétences entrepreneuriales.
- Assurer dans les programmes officiels (toutes filières confondues) des modules sur l'initiation à l'entrepreneuriat, afin de généraliser la formation à l'esprit d'entreprise.
- Sensibiliser davantage les étudiants à l'importance des formations qualifiantes assurées par la Maison de l'entrepreneuriat.
- Trouver un moyen pour éviter la démotivation et l'absentéisme des étudiants.
- Engager un plus grand nombre d'enseignants pour l'encadrement de ces activités.
- Améliorer les conditions matérielles de la maison de l'entrepreneuriat : en mettant à sa disposition un espace de travail adéquat.
- Tisser un réseau d'entrepreneurs, d'investisseurs, d'employés de banques et d'agents économiques autour de cette structure, afin qu'ils accompagnent les jeunes porteurs de projets.
- Organiser des activités en collaboration avec les autres maisons de l'entrepreneuriat (des échanges, des réunions...), afin de partager les activités et les expériences réussies, pour que des effets de synergie émergent.
- Aller vers la création d'un incubateur à Tizi-Ouzou, afin d'accompagner la création concrète de petites entreprises et de sart up.
- Définir un statut juridique pour les maisons de l'entrepreneuriat.

-Partage des parcours expérientiels des autres entreprises créées dans ce cadre, en mutualisant les expériences réussies.

- Un membre de la maison de l'entrepreneuriat propose de travailler sur la proximité, faire des déplacements pour partage la culture entrepreneurial dans les déférents facultés, ainsi que sur la visibilité de la maison de l'entrepreneuriat pour toucher un maximum d'étudiants.

-Crée une plateforme afin de partage facilement l'information concernent la disponibilité des nouveaux programmes ou formations.

-Encourager l'esprit d'initiative et affronté les risques.

Conclusion

En conclusion, les dispositifs d'accompagnement à l'entrepreneuriat jouent un rôle essentiel dans le développement et la réussite des entrepreneurs. Ces programmes offrent un soutien précieux aux entrepreneurs, en les aidants à acquérir les compétences nécessaires, à valider leurs idées, à surmonter les obstacles et à maximiser leurs chances de succès ; offrent également un soutien financier, cela peut contribuer à réduire les barrières financières à la création d'entreprise et à faciliter l'accès aux ressources nécessaires pour lancer et faire croître une entreprise.

Enfin, ces dispositifs contribuent à créer un environnement favorable à l'entrepreneuriat en favorisant la création d'emplois, la stimulation économique et l'innovation. Ils encouragent l'esprit d'entreprise et la créativité,

Conclusion Générale

Cette recherche a portée sur l'étude de l'efficacité d'accompagnement à l'entrepreneuriat au milieu universitaire, tout au long de ce travail nous avons essayé de répondre à notre question principale à savoir : *Dans quelle mesure les dispositifs d'accompagnement à l'entrepreneuriat sont-ils efficace pour soutenir et favoriser la réussite des jeunes porteurs de projet ?*

Tout d'abord nous avons élaboré un éclairage théorique sur l'entrepreneuriat un domaine diversifié pouvant offrir des avantages tels que la liberté de travailler pour soi-même, la possibilité de réaliser un potentiel de revenus élevés, la satisfaction de créer quelque chose de nouveau et d'impactant, et un niveau plus poussé on dira que c'est la capacité de faire une différence positive dans la vie des autres.

Vers la suite on a présenté l'entrepreneur acteurs de ce concept, un individu qui est doté des motivations et caractéristiques spécifiques .Ils sont souvent considérés comme des personnes innovantes et créatives, des moteurs débordant d'imagination .Ces acteurs sont capables de créer de l'emploi, d'investir dans des technologies nouvelles et émergentes et de stimuler la concurrence sur les marchés et ainsi contribuer croissance économique. Et il est nécessaire de faire un rappelle sur l'acte fondamentale qui est la création d'entreprise regroupe l'ensemble des démarches et des étapes indispensables et obligatoires pour démarrer une activité indépendante, parmi ses étapes on peut citer : établir un plan d'affaire, faire des études de marché, choisir un statut juridique, choisir son mode de financement.

Il est nécessaire de faire un rappelle que la formation à l'entrepreneuriat au milieu universitaire joue un rôle essentiel dans la préparation des étudiants à devenir des entrepreneurs prospères, l'universités est le meilleur endroits pour l'innovation ainsi que naturels pour la rencontre entre le savoir et la pratique.

Les programmes d'entrepreneuriat offerts par les universités permettent aux étudiants d'acquérir des connaissances approfondies sur les principes fondamentaux de la création d'entreprise, tels que la gestion, le marketing, les finances, la gestion des ressources humaines, etc. Ces formations leur fournissent également des compétences pratiques, telles que la pensée critique, la résolution de problèmes, la créativité et la prise de décision éclairée, et visent à encourager l'esprit d'entreprise chez les étudiants .Les programmes d'entrepreneuriat universitaire contribuent également à sensibiliser les étudiants à l'entrepreneuriat en tant que carrière viable. Ils aident les étudiants à comprendre les opportunités et les défis liés à la création d'entreprise,

et à considérer l'entrepreneuriat comme une option de carrière valable. Cela favorise une culture entrepreneuriale au sein de l'université et de la société en général.

Les dispositifs d'accompagnement à l'entrepreneuriat ont une importance dans le soutien et le développement des entrepreneurs, ces dispositifs jouent un rôle crucial en fournissant aux entrepreneurs des ressources, des connaissances et un soutien adapté à leurs besoins spécifiques ainsi que la Maison de l'Entrepreneuriat encourage l'esprit d'initiative et de création de micro entreprise chez des jeunes étudiants ou diplômés, les initie à la vie économique dans l'environnement réel de l'entreprise, ce qui confirme la première hypothèse . Il est à noter que dans notre enquête on a constaté que la formation à l'entrepreneuriat reste encore marginalisée au sein des universités algériennes, n'est pas généralisée dans les facultés, nous avons pu vérifier que la deuxième hypothèse est à rejeter. A travers la collecte des données on remarque que la dimension théorique est présente mais une absence de la dimension empirique pour permettre aux étudiants d'évoluer en immersion en entreprise ce qui affirme la troisième hypothèse.

Enfin, l'efficacité des dispositifs d'accompagnement peut varier en fonction des contextes locaux, des politiques mises en place et des caractéristiques des entrepreneurs. Cependant, de manière générale, ces dispositifs ont prouvé leur importance dans la promotion de l'entrepreneuriat et dans le soutien aux entrepreneurs dans leur parcours vers le succès. Les dispositifs d'accompagnement à l'entrepreneuriat sont des catalyseurs importants de la réussite entrepreneuriale. Ils fournissent aux entrepreneurs les outils, les connaissances et le soutien nécessaires pour transformer leurs idées en entreprises prospères. Cependant, il est essentiel de prendre en compte les spécificités de chaque entrepreneur et de s'adapter aux besoins individuels pour maximiser l'efficacité de l'accompagnement.

Bibliographie

Ouvrages

- Alain. FAYOLLE « Le métier de créateur d'entreprise », Editions d'Organisation, 2003, P11.
- F.JANSSEN, *Entreprendre : une introduction à l'entrepreneuriat* ; 2^{ème} édition ,2009 ; P34.
- Ronan Le Velly, « *Entrepreneuriat Social* », Editions Presses de Sciences Po, 2014, P3.
- RUPHIN NDJAMBOU, *l'entrepreneuriat au Gabon : bilan et perspectives* ; 2013, P124.
- *Pédagogie et esprit d'entreprendre* de BERNARD SURLEMONT .2009 . P24.
- Shapiro, cité par Emile-Michel Hernandez, *le processus entrepreneurial vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat*, le Harmattan, Paris 1999, P 46.
- MARCHESNAY Michel « *Petite entreprise et entrepreneur* », Paris, deuxième édition 1997.
- BERGERAULT .F et N.BERGERAULT ; *De l'idée a la création d'entreprise : comment concrétiser votre projet* ; P52 ; 2016.
- ALAIN FAYOLLE ; *Entrepreneuriat : apprendre à entreprendre* ; 2004, P87.
- S.CHARTIER *mon projet d'entreprise : de l'idée au plan d'affaire* ; P17 :2020.
- Catherine Léger-Jarniou, Georges Kalousis, « *Construire son business plan* », Paris, 4^{ème} édition, Dunod 2017, P8.
- I. BEN NASR ; *le marketing en schéma* ; P222 ; 2019.

Reuves

- VESTREATE.T « *Entrepreneuriat : Modélisation du phénomène* », revue de l'entrepreneuriat, vol 1 n°1,2001.
- FILION, L.J., 1997. « *Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances* », in *Revue Internationale P.M.E.*, vol. 10, n° 2, p. 129-172.
- Pour une nouvelle approche de la motivation entrepreneuriale par Inès GABARRET et Benjamin VEDEL dans la revue des sciences de gestion 2015/1 N°271.
- Motivation et typologie d'entrepreneur par Sabrina BELLANCA et Olivier COLOT dans la revue des sciences de gestion 2014/2 N°266.
- Revue *Etudes Economiques* Volume: 16/ N°: 02 (2022) par AMNACHE- CHIKH Sabrina.

- Amina Meziane : Université M'hamed Bougara Boumerdes, L'appui à l'entrepreneuriat en Algérie à partir du dispositif de l'ANSEJ.
- ALLAOUA Selma, Evaluation de l'enseignement de l'entrepreneuriat et sa contribution au développement de l'intention entrepreneurial des étudiants « cas d'université d'Oran2 », Revue les cahiers du poidex numéro 09/juin 2018, p 71-72.
- ASLI. A et Al , Développement de l'esprit entrepreneurial chez les étudiants, développent of entrepreneurial spirit amongstudents», Revue D'Etudes en Management et Finance D'Organisation N°2, Juin, 2016, p2.
- Carrier C, « l'Enseignement de l'entrepreneuriat » revue de l'entrepreneuriat, vol 8, n°2, 2009.
- Olivia Chambard, La promotion de l'entrepreneuriat dans l'enseignement supérieur. Les enjeux d'une création lexicale, revue Mots. Les langages du politique n°102, juillet 2013, p 103-119.
- Besma BAHRI, Youcef BERKANE, l'entrepreneuriat féminin. Un enjeu pour améliorer l'employabilité des diplômées algériennes, Revue d'Economie et de Statistique Appliquée Volume 17, n°1, Juin 2020, P 118-133.
- Hadj Slimane Hind. Kara Terki Assia, L'enseignement de l'entrepreneuriat : Pour le développement de l'esprit entrepreneurial chez les étudiants, Revue Maghrébine Management des Organisations, Volume 1, Numéro 1, 2016, P 35-43.
- BERREZIGA Amina, L'entrepreneuriat En Milieu Universitaire, Revue :Reformes Economiques et Intégration en Economie Mondiale, ESC n°14/2013, p 109-124.
- Nassira KOURAICHE, Promotion de l'Entrepreneuriat dans l'Enseignements upérieur en Algérie Revue des études humaines et sociales -A/ Sciences économiques et droit.N° 20, juin 2018. p. 40- 50.

Mémoires

- TOUNES A, 2003, « L'intention entrepreneuriale ; une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (Bac+5) et des étudiants en DESS CAAE», Thèse de doctorat en sciences de gestion, France, P03.

-FIRLAS Mohammed ; mémoire magister thème Impact des politiques d'aide à l'entrepreneuriat sur l'émergence d'esprit d'entreprise chez les jeunes. Cas : ANSEJ de Tizi-Ouzou. P130/131 ; 2012

- Mohammed DJELTI, Apport des TIC et d'internet dans le développement des entreprises algériennes Étude de cas, thèse pour l'obtention du diplôme de Doctorat en Sciences Commerciales, Université d'Oran 2, Année universitaire 2015-2016, P 247.

Sites web

<https://www.esam-ecoles.com/>

<https://fr.slideshare.net/>

<https://www.kiwili.com/>

<https://fr.scribd.com/document>

<https://www.cairn.info>

<https://www.beaboss.fr/>

<https://www.lecoindesentrepreneurs.fr/>

<https://www.appvizer.fr>

<https://blog.hubspot.fr/>

<https://vignolastrategies.com>

<https://www.e-marketing.fr>

<https://www.legalstart.fr>

<https://www.creation.theaddress-dz.com/types-entreprises.html>

<https://www.commerce.gov.dz/>

<https://lentrepreneurialgerien.com>

<http://paje.dz/index.php/programme-d-appui-jeunesse-emploi/2-non-categorise/32-accompagnement-des-jeunes-a-l-entrepreneuriat.html>

<https://www.horizons.dz/tizi-ouzou-maison-de-lentrepreneuriat-le-cordon-ombilical-entre-luniversite-et-le-monde-economique/>

<https://anade.dz>

<https://www.definitions-marketing.com/>

<https://www.cairn.info/>

<https://centre.umc.edu.dz>

<https://promoteur.anade.dz>

<https://www.univ-tiaret.dz>

<https://ensti-annaba.dz>

<https://www.aps.dz>

<https://anpt.dz/>

Articles

-Article publié originellement sur Le Guide du créateur et du repreneur d'entreprise en 2019.

Table des matières

Remerciement

Dédicace

Sommaire

Liste des tableaux et figures

Liste abrégations

Introduction Générale.....01

**Chapitre 01 : Cadre théorique et conceptuel sur l'entrepreneuriat et la création
d'entreprise**

Introduction.....04

Section 01 : Les généralités sur l'entrepreneuriat / entrepreneur.....05

1.1 Définition L'entrepreneuriat.....05

1.2 La démarche entrepreneuriale.....05

1.3 Les formes de l'entrepreneuriat.....07

1.3.1 Créer son entreprise en franchise.....07

1.3.2 Créer son entreprise par essaimage.....07

1.3.3 Reprise d'entreprise.....08

1.3.4 Créer son entreprise en ex-nihilo.....08

1.3.5 L'intrapreneuriat.....09

1.3.6 L'entrepreneuriat social.....10

1.4 Les paradigmes de l'entrepreneuriat.....10

1.4.1 Le paradigme de l'opportunité d'affaire.....11

1.4.2 Le paradigme de la création d'une organisation.....11

1.4.3 Le paradigme de la création de valeur.....12

1.4.4 Le paradigme de l'innovation.....12

1.5 Capacité entrepreneuriale.....13

1.6 L'entrepreneur.....	13
1.6.1 Définition.....	14
1.6.2 Les motivation d'un entrepreneur.....	14
1.6.3 Typologie de l'entrepreneur.....	16
1.6.4 Les caractéristiques d'un entrepreneur.....	18
Section 2: De l'idée à la création d'entreprise.....	21
2.1 Définitions les concepts de base.....	21
2.1.1 Idée.....	21
2.1.2 L'entreprise.....	22
2.1.3 Création d'entreprise.....	22
2.2 Les étapes de création d'entreprise.....	22
2.2.1 Plan d'affaire.....	22
2.2.2 Analyse de marché.....	25
2.2.2.1 Les outils d'analyse.....	25
2.2.3 Elaborer une stratégie marketing.....	29
2.2.3.1 les type de stratégie.....	30
2.2.4 Elaborer une stratégie de communication.....	31
2.2.5 Le financement de l'entreprise.....	33
2.2.6 Choix d'un statut juridique.....	35
Conclusion.....	40

Chapitre 02 : La formation entrepreneuriale

Introduction.....	41
Section 01 : L'enseignement de l'entrepreneuriat au sein des universités Algériennes...42	42
1.1 Les objectifs de l'enseignement de l'entrepreneuriat.....	42
1.1.1 Les objectifs stratégiques.....	42

1.1.2 Les objectifs stratégiques.....	43
1.2. Rôle des universités dans l'encouragement de l'entrepreneuriat.....	44
1.2.1 La mission valorisation.....	44
1.2.2 La sensibilisation.....	44
1.2.3 La formation.....	44
1.3 La place de l'enseignement de l'entrepreneuriat au sein de l'université.....	45
Section 02 : La formation à l'entrepreneuriat dans l'enseignement supérieur.....	47
2.1 Objectif de formation en entrepreneuriat.....	47
2.2 L'introduction de spécialité « Entrepreneuriat ».....	48
2.3 Finalités des formations en entrepreneuriat pour les étudiants.....	52
2.4 Les conférences et séminaires.....	53
2.5 La maison de l'entrepreneuriat.....	53
2.5.1 Définition de la maison de l'entrepreneuriat.....	53
2.5.2 Missions de la maison de l'entrepreneuriat.....	54
2.2.3 Activités de la maison de l'entrepreneuriat.....	55
2.5.4 Organisation de la maison de l'entrepreneuriat.....	55
2.5.4.1 Le comité national mixte.....	55
2.5.4.2 Le comité local mixte.....	56
Section 03 : Politique de promotion de l'entrepreneuriat au milieu universitaire en Algérie.....	56
3.1 Campagne de sensibilisation des étudiants.....	56
3.2 Création de start-up au milieu universitaire.....	58
3.3 Renforcement de la coopération entre les universités et les secteurs économiques.....	60
3.4 Plan d'action adopté par l'État.....	60
3.4.1 Généralisation des formations à l'entrepreneuriat.....	60
3.4.2 Formation des formateurs.....	60
3.5 Financement et l'accompagnement des jeunes entrepreneurs.....	62
3.6. Limites et perspectives.....	62

3.4.1 Les limites.....	63
3.4.1.1 La fragilité des politiques publiques.....	6
3.4.1.2 Les insuffisances techniques, matérielles et humaines.....	63
3.4.1.3 L’incapacité technique des start-up.....	63
3.4.1.4 Manque d’une culture de l’entrepreneuriat.....	63
3.4.2 Perspectives.....	63
Conclusion.....	65
 Chapitre 03 : Etude l’efficacité de dispositif d’accompagnent à l’entrepreneuriat	
Introduction.....	67
Section 01 : présentation de la maison de l’entrepreneuriat.....	68
1.1 Maison de l’entrepreneuriat.....	68
1.1.1 Ses objectifs.....	69
1.1.2 Ses missions.....	70
1.2 L’Agence Nationale pour le Soutien à l’Emploi des Jeunes (ANSEJ).....	71
1.2.1 Présentation de l’ENSEJ.....	71
1.2.2 Les caractéristiques de l’Agence Nationale de Soutien à l’Emploi des Jeunes.....	72
1.2.3 Les missions de l’Agence Nationale de Soutien à l’Emploi des Jeunes.....	72
1.3 La méthodologie de l’enquête.....	73
1.3.1 Définition d’un entretien.....	74
1.3.2 Les types d’entretiens.....	74
1.3.3 Type d’entretien choisi.....	75
1.3.4 Analyse documentaire.....	75
Section 02 : Les résultats de l’enquête.....	79
2.1 Données statistique.....	79
2.1.1 La lecture des tableaux.....	79

2.1.2 Représentation et lecture des graphiques.....	80
2.1.3 Le nombre d'entreprises créées.....	82
2.2 Les contraintes.....	82
2.3 Les recommandations.....	83
Conclusion.....	84
Conclusion Générale.....	85
Bibliographie	

Résumé

L'entrepreneuriat englobe la création et la gestion d'entreprises innovantes, avec une dose de risque et d'incertitude. Il repose sur l'innovation, la gestion compétente, l'esprit d'entreprise et la volonté de persévérer face aux obstacles. L'entrepreneuriat peut être une voie gratifiante pour ceux qui sont prêts à relever le défi de créer et de développer leur propre entreprise.

Les dispositifs d'accompagnement à l'entrepreneuriat sont conçus pour fournir aux entrepreneurs les connaissances, les ressources et le soutien nécessaires pour réussir dans leurs entreprises. Ils jouent un rôle essentiel dans le développement de l'écosystème entrepreneurial en aidant les créateurs d'entreprise à surmonter les obstacles et à maximiser leurs chances de succès.

En fin de compte, l'efficacité des dispositifs d'accompagnement au milieu universitaire dépend de la manière dont ils sont conçus, gérés et utilisés par les étudiants et les entrepreneurs. Ils peuvent constituer une ressource précieuse pour ceux qui cherchent à transformer leurs idées en entreprises prospères, mais leur succès dépendra en grande partie de l'engagement et de l'effort des individus impliqués.

Mots clés

Entrepreneuriat ; Entrepreneur ; Création d'entreprise ; Dispositif d'accompagnement entrepreneuriale ; Maison de l'entrepreneuriat ; L'enseignement de l'entrepreneuriat