

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE
SCIENTIFIQUE



UNIVERSITE MOULOU D MAMMERI DE TIZI-OUZOU



FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET DES
SCIENCES DE GESTION

DEPARTEMENT DES SCIENCES COMMERCIALES

*Mémoire en vue de l'obtention du diplôme de
Master en Sciences Commerciales*

Option : Marketing et management des entreprises

THEME :

**L'entrepreneuriat et l'utilité des incubateurs
dans le lancement de projets innovants :
cas de l'incubateur de Sidi Abdellah**

Présenté par :

RODRIGUES MONTEIRO AGUIAR VAZ
Manuel Antonio

Dirigé par :

BENTAYEB Feryel

Devant le jury composé de :

Président : Mr BELHOCINE Hamid
Rapporteur : Mme BENTAYEB Feryel
Examineur : Mr ASMANI Areski

Promotion : 2014-2015

Remerciements

Je tiens tout d'abord à remercier tous ceux qui m'ont accompagné tout au long de la réalisation de ce travail de recherche.

Je tiens à exprimer ma reconnaissance à Mme BENTAYEB Feryel, pour avoir accepté de diriger ce mémoire, sa gentillesse, son orientation, ses commentaires pertinents, sa disponibilité dans les périodes de doute et surtout sa patience m'ont permis de mener ce travail à son terme. Qu'à travers ce travail, je puisse lui exprimer ma reconnaissance et mes remerciements les plus sincères.

Je tiens à remercier la direction de l'incubateur du cyber parc de Sidi Abdellah, qui nous a fourni les informations nécessaires à la réalisation de ce présent mémoire, en particulier Mr BENMAMI Adnane pour son accueil et sa disponibilité et aux entrepreneurs qui ont accepté de répondre au questionnaire. Je tiens à remercier aussi le directeur de l'agence GUIDINI d'avoir accepté de nous recevoir.

Toute ma gratitude va également à tous les enseignants qui ont contribué à ma formation et au personnel de la bibliothèque du département des sciences commerciales pour leur sympathie et patience.

Dédicace

« *Es fla amor ta izisti, nton so podi ser kel kuza ki ta rabenta dentu mi tudu bes ki bu pasan na menti* » RODRIGUES MONTEIRO Manuela, raison de mon existence.

Ce travail est dédié spécialement à la mémoire de mon beau-père SANY Fodé, celui qui m'a toujours guidé et montré le bon chemin. A la mémoire de ma grand-mère RODRIGUES Marcelina, de mon grand-père SATIRO SENA MONTEIRO Emanuel et de mes grands-parents paternel.

Je le dédie également :

A mon grand-frère Edson, à ma grande-sœur Dores et à mon petit chou Len, pour m'avoir soutenu pendant toutes ces années passé en Algérie et pour la confiance dont vous m'avez accordé ;

A toutes mes sœurs, mes neveux et nièces ;

A ma marraine, mes tantes et mes oncles ;

A tous mes cousin et mes cousines ;

A tous mes amis, mais principalement à ma clique avec qui j'ai partagé des moments inoubliables en Algérie ;

A BABY Moulkheir, celle qui a toujours était à mes côtés.

Enfin à tous ceux qui m'aiment.

Sommaire

Introduction générale	1
Chapitre I : Entrepreneuriat et création d'entreprise	6
Section 1 : L'esprit entrepreneurial	9
Section 2 : L'appui à l'entrepreneuriat	14
Section 3 : Bref aperçu sur l'entrepreneuriat en Algérie	17
Chapitre II : Les entreprises innovantes	26
Section 1 : L'innovation à l'ère de l'expansion technologique.....	28
Section 2 : Particularités du processus de création d'entreprises innovantes.....	32
Section 3 : Les parcs scientifiques et technologiques : un mécanisme de soutien à l'innovation	40
Chapitre III : Le phénomène d'incubation : des concepts aux processus	46
Section 1 : Concepts de base sur les incubateurs	48
Section 2 : Les modèles d'incubateurs	51
Section 3 : Le processus d'incubation	55
Chapitre IV : Etude de terrain sur les aides apportées aux porteurs de projets innovants au sein de l'incubateur de Sidi Abdellah	67
Section 1 : Présentation du cyber parc de Sidi Abdellah	69
Section 2 : Le processus d'incubation de l'incubateur de Sidi Abdellah	76
Section 3 : Présentation et analyse des résultats de l'enquête	79
Conclusion générale	88
Bibliographie	92
Liste des tableaux, figures et annexes	98
Annexes	99
Table des matières	110

Liste des abréviations

ANDI : Agence Nationale de Développement de l'Investissement.

ANDPME : Agence National de Développement de la Petite et Moyenne Entreprise.

ANGEM : Agence Nationale pour la Gestion du Microcrédit.

A.N.P.T : Agence Nationale de Promotion et de Développement des Parcs Technologiques.

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

ANVREDET : Agence Nationale de Valorisation des Résultats de la Recherche et du Développement Technologique.

ASI : Algerian Start-up Initiative.

CERTIC : Centre d'études et de recherche des technologies de l'information et de la communication.

CNAC : Caisse Nationale d'Assurance Chômage.

CNRC : Centre national du registre du commerce.

E.P.I.C : Etablissement public à caractère industriel et commercial.

GEM: *Global Entrepreneurship Monitor.*

IASP: *International Association of Science Parks.*

INTTIC : Institut National des Télécommunications et des Technologies de l'Information et de la Communication.

M.P.T.I.C : Ministère de la Poste et des Technologies de l'Information et de la Communication.

NBIA : *National Business Incubation Association.*

NTIC : Nouvelles technologies de l'information et de la communication.

PME : Petites et moyennes entreprises.

PST : Parcs scientifiques et technologique.

R&D : Recherche et développement.

TEA : Taux de prévalence de l'Activité Entrepreneuriale.

TIC : technologies de l'information et de la communication.

TPE : Très petites entreprises.

UKBI : *United Kingdom Business Incubation.*

Introduction générale

L'entrepreneuriat est un processus qui consiste à repérer, évaluer et exploiter des opportunités d'affaires. L'exploitation d'opportunités conduit le plus souvent à la création d'une nouvelle entreprise. Cependant, ce processus ne se résume pas à la création de l'entreprise. De nombreuses entreprises continuent de repérer et d'exploiter de nouvelles opportunités, ce qui leur permet de se maintenir sur le marché, de croître et prospérer. L'esprit d'entreprendre traduit une orientation forte vers la recherche d'opportunités, la prise de risques et les initiatives créatrices de valeur. Il vise avant tout une question de mentalité, d'état d'esprit, un ensemble d'idées, une façon de penser et une capacité à repérer, explorer et exploiter ce que représente une opportunité.

Aujourd'hui la plupart des gouvernements du monde sont conscients du fait que l'entrepreneuriat est le meilleur moteur du développement économique. Dans ce contexte de mondialisation, l'enjeu est de renouveler le parc des entreprises et développer la capacité d'innovation des entreprises existantes dans un environnement en perpétuel changement car l'innovation, sous toutes ses formes, est devenue un facteur essentiel de compétitivité et d'attractivité des territoires. Une forte capacité d'innovation constitue un indice de la santé d'une économie et de sa capacité à résister à la concurrence.

La création d'entreprise contribue à la fois à exploiter les opportunités économiques du marché et à dynamiser l'environnement concurrentiel des entreprises établies, incitant ces dernières à être toujours plus efficaces pour maintenir leur position. D'ailleurs dans divers pays industrialisés où l'entrepreneuriat est actif, des études montrent clairement que les jeunes entreprises participent à la croissance et à la compétitivité des économies (rapport GEM 2000)¹. De ce fait les gouvernements ont pris des mesures, d'une part, favorisant la création de nouvelles entreprises (plus particulièrement d'entreprises innovantes et technologiques) et d'autre part, permettant aux entreprises existantes d'innover et ainsi demeurer compétitives.

Parler de l'entrepreneuriat ou de l'innovation c'est être amené, inévitablement, à traiter de l'entrepreneur, qui est l'essence ou le cœur même de l'entrepreneuriat, et en tant que partie intégrant d'une société, il cherche dans son environnement des opportunités de changement, il les exploite, tout en prenant des risques, dans le but de créer de la valeur. L'entrepreneur est vu comme étant un innovateur et un développeur de nouveaux produits, de nouveaux marchés de nouvelles méthodes de production, de nouvelles sources de matières premières et de nouvelles organisations. Appuyé sur ses connaissances et ses compétences, poussé par ses motivations et désirs et surtout selon les conditions du milieu, il mobilise et gère les

¹REYNOLDS P. D., HAY M. et coll., « *Global Entrepreneurship Monitor, 2000 Executive Report* », *Center for Entrepreneurial Leadership at the Ewing Marion Kauffman Foundation*, 2000, p. 16.

ressources humaines et matérielles, dans le but de créer et de développer des entreprises capables de répondre efficacement aux besoins de la société.

La création d'entreprise est, par défaut, un processus complexe, et elle s'avère encore plus difficile quand il s'agit d'entreprise innovante. Des multiples facteurs liés, d'une part, aux connaissances et compétences exigées chez l'entrepreneur et d'autre part, aux conditions sociologiques, économiques, financiers, technologiques, fiscaux, écologiques et institutionnels de l'environnement, peuvent expliquer cette complexité. En plus, les barrières à la survie sont aussi plus difficiles à franchir car aux difficultés habituelles de la création s'ajoutent les singularités apportées par l'environnement des entreprises innovantes : instabilité des secteurs d'activité causé par l'évolution rapide des technologies, marché souvent international dès le début de la création, acceptation de l'innovation par le marché, ressources financières importantes, etc.

De ce fait, le processus d'émergence d'une entreprise, notamment innovante, appelle le nécessaire adossement à un système de suivi et d'appui, car il ne s'agit pas seulement d'augmenter le nombre de créations d'entreprises mais d'en assurer leur pérennité et développement. Dans ce sens, les systèmes d'appui aux entrepreneurs apparaissent comme des médiateurs sophistiqués qui confortent et renforcent l'énergie créatrice des entrepreneurs.

L'appui à la création d'entreprise s'est développé et s'est diversifié afin de répondre aux différents besoins des entrepreneurs de l'amont à l'aval de l'acte entrepreneurial. Avec l'objectif d'encourager l'entrepreneuriat local pour favoriser l'émergence d'entreprises innovantes et d'amener les entreprises existantes à s'adapter aux nouvelles conditions imposées par la demande et les nouvelles technologies, plusieurs organismes et dispositifs ont été créés pour soutenir la création d'entreprise dans plusieurs pays développés et émergents. Trois axes d'intervention se sont développés parallèlement : les appuis financiers, le conseil et la formation et le soutien logistique.

Parmi ces outils, les incubateurs d'entreprises sont apparus comme des structures d'accompagnement et des moyens commodes d'accueillir, conseiller et faire se rencontrer les jeunes entreprises. Ils réunissent des ressources spécialisées dédiées à l'accompagnement et l'assistance des entrepreneurs avant même la création de leur organisation et les soutiennent aussi après la création. L'objectif principal d'un incubateur d'entreprises est de produire des entreprises prospères qui vont quitter la structure en étant entièrement autonomes.

Apparus depuis la fin des années 50 aux Etats-Unis, les incubateurs ont fait leurs preuves, se sont répandus dans le monde entier, et depuis quelques années ont été créés par un nombre croissant d'acteurs économiques (des collectivités locales et des universités aux grandes

entreprises)². En Algérie, néanmoins, les incubateurs d'entreprises n'ont fait leur apparition que très récemment et ne sont pas encore très répandus.

Enoncé de la problématique

La capacité de création d'entreprise est pour chaque pays, la résultante de nombreux facteurs liés aux opportunités, aux potentiels individuels, à l'environnement, aux interventions de l'Etat et aux aspects culturels. La place de l'entrepreneuriat dans l'économie algérienne semble devenir une préoccupation majeure et récurrente.

La maîtrise du savoir, de l'innovation et de la technologie sont considérés aujourd'hui comme un facteur essentiel de développement économique et social. C'est dans ce contexte que l'Algérie se lance dans des stratégies de promotion d'une culture entrepreneuriale axée sur l'innovation et la modernisation, par la mise en place des politiques d'encouragement de la création de nouvelles entreprises ainsi que des mesures concrètes pour favoriser l'éclosion d'un environnement entrepreneurial innovant en phase avec les impératifs de la compétitivité et les besoins du marché.

Parmi les composantes essentielles de l'écosystème à mettre en place, figure **les incubateurs d'entreprises innovantes**. Il s'agit de mécanismes qui stimulent la création et le développement des entreprises. Un incubateur est un lieu d'accueil et d'accompagnement de porteurs de projets de création d'entreprises ou de très jeunes entreprises. En plus de l'hébergement, l'incubateur offre des services auxiliaires tels que les formations, l'expertise, des conseils, l'accès aux différents réseaux (financement, clients, fournisseurs, partenaires, universités et écoles, etc.). Son objectif est de nourrir les jeunes entreprises, les aidants à survivre et se développer pendant la période de démarrage, période à laquelle elles sont le plus vulnérables³.

Partant du fait qu'il existe certaines conditions d'émergence et de pérennité des entreprises innovantes et technologiques, et prenant pour base l'expérience algérienne, plus précisément de l'incubateur de Sidi Abdellah, nous essayerons d'analyser l'utilité de ce dernier dans la création d'entreprises. Notre travail se concentre autour de la question suivante : **Quel est l'apport d'une structure incubatrice dans le processus de création d'entreprise innovante ?**

²La « *National business incubation association* » (NBIA), a recensé l'existence de 7 000 incubateurs d'entreprises dans le monde en 2010. Voir KITTIS Tracy « *The Value of Business Incubation and Best Practices* », *celebrating 25 years of the National business incubation association, NBIA, 2010*, p.7.

³ AL-MUBARAKI H. M., BUSLER M. « *Business incubators models of the USA and UK: a SWOT analysis* », *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, Vol. 6, No. 4, 2010, p. 336.

Pour mieux répondre à notre question principale, la réponse à quelques questions secondaires est nécessaire :

Qu'est-ce qu'un processus d'incubation ? Dans quelle mesure ce processus peut être utile dans la création et la pérennité de l'entreprise ? Quelles sont les principales raisons qui poussent les porteurs d'idées à faire appel à l'incubation ? Quels sont les avantages liés à la création d'une entreprise par l'incubation ?

A partir de la question principale, nous avons formulé les hypothèses suivantes :

Hypothèse 1 : Partant du principe que la création d'entreprise innovante est une tâche complexe, l'incubateur offre un espace de travail et un accompagnement pendant tout le processus de création et même après la création de l'entreprise, ce qui minimise les obstacles rencontrés par les créateurs.

Hypothèse 2 : Nous estimons que le passage des créateurs d'entreprises par l'incubateur n'a aucun impact positif sur le processus de création d'entreprise.

Hypothèse 3 : La création d'entreprise innovante est caractérisée par un besoin de financement tout à fait particulier. Nous supposons que l'adhésion à une structure incubatrice facilite l'accès aux moyens de financement.

Les incubateurs d'entreprises ont pour but d'assister le processus de création de nouvelles entreprises et ils jouent un rôle important dans la pérennité de celles-ci. Dans un pays comme l'Algérie, où les pouvoirs publics s'efforcent d'implanter une culture entrepreneuriale et de création d'entreprises innovantes, l'appel à ces types de structures est essentiel pour la réalisation de tels objectifs. Néanmoins, malgré son succès dans les pays développés, le concept d'incubateur est encore peu répandu dans les pays en voie de développement. De ce fait, ce présent travail vise un double objectif : premièrement, c'est de faire un éclairage sur le concept de l'entrepreneuriat et les incubateurs d'entreprises tout en montrant comment une structure incubatrice peut être utile dans le processus de création d'entreprises innovantes et ainsi apporter des réponses à notre problématique ; deuxièmement, c'est d'informer et susciter l'intérêt de la communauté et principalement des étudiants vers les concepts de l'entrepreneuriat et d'incubateurs d'entreprises.

Pour pouvoir répondre à notre problématique et mener de la meilleure façon possible notre travail, nous avons effectué, en premier lieu, une recherche bibliographique et documentaire qui nous a permis de collecter des informations en rapport avec le thème de recherche, et en

Introduction générale

deuxième lieu, nous avons effectués une étude sur le terrain auprès de l'incubateur du Cyber parc de Sidi Abdellah.

Notre travail s'articulera autour de quatre chapitres. Le premier sera consacré à l'étude de l'entrepreneuriat et la création d'entreprise avec un bref résumé concernant l'activité entrepreneuriale en Algérie. Dans le deuxième nous aborderons le concept de l'innovation et les entreprises innovantes. Le troisième chapitre s'intéresse à l'étude du phénomène d'incubation, des modèles d'incubateurs et du processus d'incubation. Le quatrième et dernier chapitre a pour objectif la présentation et l'analyse des résultats obtenus à partir de notre étude de terrain.

Chapitre I

Entrepreneuriat et création d'entreprise

Introduction

L'entrepreneuriat est un phénomène multiple, dont la compréhension requiert les éclairages de différentes disciplines scientifiques, ayant chacune leur spécificité. Les questions se posent à divers niveaux et les points de vue envisageables sont nombreux. « *Faute d'une réflexion épistémologique et de modèles théoriques s'appuyant sur le savoir accumulé, la recherche en matière d'entrepreneurship et de création d'entreprise se trouve dans une impasse* »⁴ affirmait Christian Bruyat.

Verstraete et Fayolle⁵ soulignent que l'entrepreneuriat est un domaine trop complexe et hétérogène pour se limiter à une définition. Ils proposent alors de classer les différentes définitions, avancées par les différents auteurs, selon quatre paradigmes⁶ :

- *Le paradigme de l'opportunité d'affaires* : qui définit l'entrepreneuriat comme étant la capacité à créer ou à repérer des opportunités et à les exploiter. Elle s'intéresse aux sources des opportunités, au processus de découverte, d'évaluation et d'exploitation de celle-ci, ainsi qu'aux individus qui les découvrent les évaluent et les exploitent.
- *Le paradigme de la création d'une organisation* : qui définit l'entrepreneuriat comme la création d'une organisation par une ou plusieurs personnes.
- *Le paradigme de la création de valeur* : qui définit l'entrepreneuriat comme un phénomène ou un processus créant de la valeur qu'elle soit individuelle, économique ou social. Les travaux portant sur le lien entre l'entrepreneuriat et la croissance économique peuvent être rattaché à ce paradigme.
- *Le paradigme de l'innovation* : dans la lignée des travaux de Schumpeter, ce courant accorde une importance capitale à l'innovation dans la définition de l'entrepreneuriat. L'innovation peut prendre de nombreuses formes mais c'est elle qui constituerait le fondement de l'entrepreneuriat.

A son tour, Jazziri R.⁷ affirme que le phénomène de l'entrepreneuriat a suscité amplement, durant ces deux dernières décennies, une large communauté des chercheurs et que ces

⁴BRUYAT Christian., «Création d'entreprise : contribution épistémologique et modélisation », Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion, Business administration, Université Pierre Mendès-France - Grenoble II, 1993 ; p. 10.

⁵VERSTRAETE T. et FAYOLLE A., « Paradigmes et entrepreneuriat », Revue de l'entrepreneuriat, vol 4, n° 1, 2005, p. 34-43.

⁶ Un paradigme est « une construction théorique faisant l'objet d'une adhésion d'une partie suffisamment significative des chercheurs qui, au sein de la communauté ainsi constitué partagent le point de vue proposé par le paradigme » d'après Verstraete T. et Fayolle A. dans « Paradigmes et entrepreneuriat », Revue de l'entrepreneuriat, vol 4, n° 1, 2005, p. 33.

⁷JAZZIRI Raouf., « Une vision renouvelée des paradigmes de l'entrepreneuriat : vers une reconfiguration de la recherche en entrepreneuriat » Actes du Colloque International sur : «Entrepreneuriat et Entreprise : nouveaux enjeux et nouveaux défis», Gafsa, 2009, p. 3-4.

derniers se sont regroupés eux-mêmes en des sous-groupes selon les intérêts et les thèmes de recherche qui les unissent dans le domaine de l'entrepreneuriat à l'instar de :

- l'entrepreneuriat par la création ex-nihilo ;
- l'extrapreneuriat par essaimage ou « *spin-off* »⁸ ;
- le « repreneuriat » d'entreprises par des personnes physiques ;
- l'intrapreneuriat par les membres des organisations.

Alors, il est utile, au préalable, de délimiter et de découper le champ de l'entrepreneuriat. Il s'agit d'abord de comprendre la structuration du champ de l'entrepreneuriat, d'identifier les registres dans lesquels le phénomène entrepreneurial s'actualise.

En étant conscient que l'entrepreneuriat ne peut certainement pas être réduit à la seule création d'entreprise, ce chapitre va se concentrer autour de l'entrepreneuriat comme levier de la création d'entreprise qui constitue un moteur important du développement économique.

Dans les deux premières sections qui suivent, on parlera de l'esprit entrepreneurial, l'entrepreneur et ses motivations ainsi que les actions d'appui à l'entrepreneuriat. Dans la dernière section on fera un aperçu sur l'entrepreneuriat en Algérie.

⁸ Une « *spin-off* » est une jeune compagnie née de la structure d'une entreprise déjà existante. Certaines *spin-off* sont issues de technologies développées dans des universités ou centres de recherche. En français, on parle également d'essaimage, pratique selon laquelle une entreprise incite ses salariés à créer leur propre entreprise, distincte de l'entreprise d'origine.

Section 1 : L'esprit entrepreneurial

« La création d'entreprise proprement dit attire de plus en plus l'attention, au point que ses statistiques sont interprétées comme un des indices les plus marquant du dynamisme économique d'une région ou d'un pays »⁹. Plusieurs études soulignent et reconnaissent le rôle de la création des petites entreprises en ce que concerne la génération d'emplois, la croissance et vitalité de l'économie et le développement social d'un pays¹⁰.

Les études sur l'entrepreneuriat, plus particulièrement sur la création des petites entreprises ont pris de l'ampleur ces dernières décennies. La grande entreprise est largement critiquée, perçue comme incapable de s'adapter à un nouveau contexte économique où le changement est de plus en plus rapide et la concurrence de plus en plus forte. L'emploi est, en effet, en recul dans les grands établissements industriels, tandis que dans les petites et moyennes entreprises, on assiste à des créations d'emplois, ou, tout au moins, au maintien de ceux-ci¹¹.

Convaincus par la performance des petites entreprises, les chercheurs soulignent sur le rôle des petites entreprises dans le développement économique d'une région. Dans ce sens Capron H.¹² a affirmé que « de par leur plus grande flexibilité et leur capacité d'adaptation, les entreprises de petite et moyenne dimension vont cependant se révéler particulièrement efficaces à absorber le choc économique et que face au constat qu'il était devenu de plus en plus difficile de stimuler la croissance en favorisant le développement d'entreprises de grande dimension, les PME vont graduellement s'imposer comme une alternative crédible aux modèles de développement antérieur devenus inopérants ».

L'attention attirée par les petites structures alimente l'intérêt pour des thèmes tels que l'esprit d'entreprendre ou l'action d'entreprendre. L'esprit d'entreprendre est « la mentalité et la façon de penser qui conduisent un individu (ou un groupe d'individus) à repérer des opportunités, à réunir les moyens nécessaires pour les exploiter en vue de créer de la valeur »¹³. L'esprit d'entreprendre est de ce fait la mentalité qui conduit un individu à prendre

⁹VERSTRAETE T. et SAPORTA B., « création d'entreprise et entrepreneuriat », édition de l'ADREG ; janvier 2006 ; p.12.

¹⁰ Commission européenne, livre vert : esprit entrepreneurial en Europe, Bruxelles, 2003.

¹¹ GUYOT J-L et VAN ROMPAYE B., « Entrepreneuriat et création d'entreprise, revue de la littérature et état de la recherche », *discussion paper* N° 0201, Ministère de la Région wallonne, 2002, p. 9.

¹²CAPRON Henri, « Entrepreneuriat et création d'entreprise, facteurs déterminants de l'esprit d'entreprise », éd. De Boeck, Bruxelles, 2009, p. 13.

¹³WANG Y., « L'évolution de l'intention et le développement de l'esprit d'entreprendre des élèves ingénieurs d'une école française : une étude longitudinale » *Engineering Sciences*, Ecole Centrale de Lille, France, 2010, 38-39.

des initiatives, à relever des défis et à devenir acteur de son propre avenir personnel et professionnel.

Julien et Marchesnay¹⁴ définissent l'esprit d'entreprise comme étant l'aptitude d'un individu, d'un groupe social, d'une communauté à prendre des risques pour engager des capitaux (pour investir, voire s'investir) dans une sorte d'aventure (une entreprise), consistant à apporter quelque chose neuf (l'innovation), de créatif, ceci en employant et en combinant de la façon la plus performante possible des ressources diverses.

On ne peut pas parler d'entrepreneuriat, de création d'entreprise ou d'esprit d'entrepreneurial sans d'abord parler d'un élément clé de ce processus qui est l'entrepreneur. Alors, il est inutile de tenter de connaître et de comprendre ce que signifie l'entrepreneuriat si on ne s'intéresse pas à l'entrepreneur, ses caractéristiques et ses motivations.

1.1 -L'entrepreneur

Il est logiquement admis que l'entrepreneuriat est un phénomène combinant un individu et une organisation. La démarche entrepreneuriale est impulsée par cet individu. Le rôle essentiel joué par l'entrepreneuriat, dans le développement socio-économique des régions ces dernières décennies, fait de l'entrepreneur un élément qui a attiré l'attention des responsables politiques ainsi que des scientifiques. Plusieurs études ont été menées dans le but de mieux connaître ce personnage, qui n'a pas cessé d'évoluer dans le temps et dans l'espace.

Si l'entrepreneuriat est un phénomène complexe, et ne peut pas être réduit à une définition, le concept d'entrepreneur n'échappe pas aussi à cette contrainte. Selon les réalités et les époques, on trouve plusieurs définitions de l'entrepreneur. Alain Fayolle et Louis J. Filion ont affirmé que la conception de l'entrepreneur a évolué avec le temps et semble-t-il avec la complexification de l'activité économique¹⁵. Cependant nous allons évoquer quelques définitions d'après la littérature économique.

Dans son ouvrage, « Essai sur la nature du commerce en général », Cantillon décrit cet acteur comme un agent de direction de la production et du commerce qui supporte seul les risques liés aux contraintes du marché et aux fluctuations des prix¹⁶.

¹⁴Cité par FIRLAS M. dans « Impact des politiques d'aide à l'entrepreneuriat sur l'émergence d'esprit d'entreprise chez les jeunes » mémoire en vue de l'obtention du diplôme de magister en sciences de gestion, UMMTO, 2012, p. 25.

¹⁵FAYOLLE A. ET FILION L. J., « Devenir entrepreneur : des enjeux aux outils », éd. Pearson Education, Paris, 2006, p. 6.

¹⁶TOUNES Azzedine., « L'Entrepreneur : l'odyssée d'un concept » Centre de Recherche et d'Etudes en Gestion des Organisations, article n° 03-73, IAE de Rouen – CREGO, p. 4.

J. B. Say¹⁷ met l'entrepreneur au centre du processus économique. Pour lui, c'est un agent économique rationnel et dynamique qui entreprend de créer pour son compte, à son profit et à ses risques, un produit quelconque, garantissant véritablement l'équilibre économique. Cantillon et Say voyaient l'entrepreneur surtout comme un preneur de risques puisqu'il investit son propre argent.

Schumpeter, quand à lui, associe l'entrepreneur à l'innovation. Il voit l'entrepreneur comme un agent de changement et il affirme que : « *un entrepreneur est une personne qui veut et qui est capable de transformer une idée en une innovation réussie* ». Il fait de l'entrepreneur l'acteur explicatif de la dynamique économique en adoptant une définition plus fonctionnelle dans laquelle le risque devient une variable parmi d'autres de l'environnement¹⁷.

Mark Casson à son tour, met l'accent sur la « coordination », et définit l'entrepreneur comme quelqu'un de spécialisé dans la prise intuitive de décisions réfléchies relatives à la coordination des ressources rares. Cette coordination est le résultat d'une combinaison de plusieurs facteurs :

- L'accès à l'information à travers les réseaux sociaux et les expériences antérieures ;
- La fortune personnelle, capacité de réunir les capitaux, accession à certaines institutions ;
- Compétences en matières d'organisation (prévoir, déléguer, communiquer, innover)
- Compétences innées, l'imagination, la connaissance de soi et la capacité d'analyse.

Même si ces définitions ne sont pas toute à fait les mêmes, nous retrouvons des notions comme l'individu, l'action (initiative), l'opportunité, l'innovation, le risque, l'organisation et création de valeur.

1.2 - Les motivations de l'entrepreneur

La notion d'entrepreneur est étroitement associée à celle de création d'entreprise : l'entrepreneur joue un rôle clé dans la création de nouvelles organisations. Cette association « entrepreneur/création d'entreprise » suppose l'existence de raisons fondamentales poussant l'individu à se lancer sur un chemin nouveau, celui de la gestion d'une organisation. Ces motivations et goûts personnels, jouent un rôle particulièrement fondamental dans la mesure où la création de l'entreprise est pour lui un acte essentiel dans lequel il s'exprime personnellement et se projette dans l'avenir. Il apparaît dès lors intéressant d'identifier les facteurs de motivation de l'entrepreneur.

¹⁷Ibid., p.14.

1.2.1 - Les motivations d'ordre personnel

1) L'accomplissement personnel :

L'entrepreneur a, avant toute autre motivation, un souhait d'épanouissement et de développement personnel. Il a la volonté de se réaliser et de réaliser ses ambitions. Ce besoin d'accomplissement peut se voir associé à une volonté de créer quelque chose de nouveau ou d'appliquer des connaissances acquises antérieurement. De même, la volonté d'être fier de sa profession, d'être satisfait de son travail peut se ranger dans cette volonté d'accomplissement¹⁸. Cela suppose qu'une personne préfère devenir entrepreneur et créer son propre affaire plutôt que de poursuivre un emploi frustrant ou de subir des tensions dans son entourage professionnel.

2) L'indépendance personnelle :

Le passage au statut d'entrepreneur peut être vu comme un épanouissement et un développement personnel. Le statut d'entrepreneur permet d'échapper aux contraintes parfois trop fortes qu'un travailleur peut subir dans son environnement professionnel. Cette notion est à rapprocher de l'accomplissement personnel, étant entendu que le changement de statut est perçu comme une échappatoire à des conditions de travail trop pénibles. Finalement, le fait d'être son propre patron est également la garantie d'un emploi stable pour l'entrepreneur.

1.2.2 - Les motivations d'ordre familial

Le poids de la tradition familiale pèse lourd sur les motivations avouées des nouveaux entrepreneurs. L'environnement familial peut exercer une double influence¹⁹ :

- D'une part, il peut inciter un jeune à imiter un membre de la famille (souvent le père) et le décider à créer sa propre affaire. La plupart des entrepreneurs ont des parents qui sont propriétaires ou ont créé leur propre affaire ;
- D'autre part, reprendre et agrandir l'affaire familiale est souvent considéré comme un devoir qui pousse les enfants à continuer l'œuvre de leurs aînés

¹⁸ VAN CAILLIE D. et LAMBRECHT C., « L'entrepreneur, ses motivations, sa vision stratégique, ses objectifs », *Working Paper*, "Chaire PME 1995" de la Caisse Nationale du Crédit Professionnel, Belgique, p. 11

¹⁹ *Ibid.*, p. 12-13.

1.2.3 - Les motivations d'ordre financier²⁰

1) L'alternative au chômage :

Le licenciement peut avoir un rôle déclencheur, surtout s'il est associé à une opportunité de reprendre une affaire. En effet, certaines personnes sont prêtes à tout pour éviter de rester sans emploi, et le statut d'entrepreneur leur permet d'échapper aux contraintes de l'environnement. Certains créateurs sont des chômeurs de longue durée n'ayant généralement pas d'autre issue que de tenter de créer leur propre emploi.

2) Les incitants financiers :

La recherche d'un enrichissement personnel, même si elle n'est pas le principal argument, n'est pas pour autant absente. Les études empiriques effectuées sur le sujet ont démontré que certaines personnes peuvent être motivées par la recherche d'un salaire plus élevé ou de compensations financières. Le statut d'entrepreneur apparaît à certains comme un moyen d'atteindre une indépendance financière.

²⁰ *Ibid.*, p. 13-14

Section 2 : L'appui à l'entrepreneuriat

De l'intention d'entreprendre à la création d'une entreprise, un ensemble de facteurs peuvent simultanément jouer positivement ou négativement, selon que le milieu valorise ou non l'entrepreneuriat.

La plupart des économistes conviennent maintenant de l'existence de liens directs entre le niveau de création d'entreprises et d'innovation et la croissance économique. Cependant, les performances de la création d'entreprises dépendent de multiples facteurs sociologiques, économiques, financiers, technologiques, fiscaux, législatifs et institutionnels. C'est pourquoi les pouvoirs publics de la plupart des pays industrialisés et de certains pays émergents leur accordent maintenant une attention accrue, car, ils font de l'entrepreneuriat une priorité de la politique économique.

L'intérêt accru des pouvoirs publics pour le développement des nouvelles entreprises, gage de progrès économique et social, est à la base de la mobilisation des recherches sur la thématique des mécanismes et aux organismes d'appui à la création d'entreprise ex-nihilo principalement. Les résultats de ces recherches démontrent que ces vingt dernières années, les systèmes d'appui à l'entrepreneuriat se sont progressivement imposés pour faire face, d'une part, aux enjeux collectifs en termes d'emplois, de renouvellement des tissus économiques et, d'autre part, aux enjeux individuels des nouveaux entrepreneurs.²¹

2.1 - Définition du concept

Le concept « appui à l'entrepreneuriat » a été souvent employé par les chercheurs pour désigner les divers mécanismes d'aide aux *entrepreneurs* et aux *entreprises* en démarrage et/ou en difficulté, cependant le terme « appui » est souvent lié à des concepts comme l'accompagnement, support, aide ou soutien.

Nous recensons, d'une part, des mécanismes gouvernementaux d'aide à la création d'entreprises tels que l'appui financier, l'appui logistique et l'hébergement, l'appui réglementaire et fiscal et, d'autre part, des organismes publics et privés spécialisés dans la sensibilisation, l'information et l'orientation, l'accompagnement, le suivi et la formation des porteurs de projets d'entreprises pendant les différentes phases du processus de création et de démarrage.

²¹ALBERT P., FAYOLLE A. et MARION S., « L'évolution des systèmes d'appui à la création d'entreprises », Revue Française de Gestion, n°101,1994, p. 100-112.

2.2 - Les outils et mécanismes d'appui à l'entrepreneuriat

Aujourd'hui, grâce à une meilleure connaissance des phénomènes entrepreneuriaux, rendue possible, à la fois à travers les effets d'expérience empiriques et par la progression des recherches en entrepreneuriat, nous assistons à une adaptation du concept d'appui à l'entrepreneuriat.

Ainsi, les outils et mécanismes sont mises en œuvres à chaque phase du processus de création et de développement des entreprises, autrement dit, il existe des structures et des organismes d'appui qui interviennent avec des outils d'appui spécifiques aux besoins des créateurs et des entreprises.

Masmoudi Raef²² nous clarifie que les outils d'appui sont généralement du ressort des structures et des organismes privés et publics. Ces outils définissent généralement les objets de l'organisme ou de la structure d'appui alors que les mécanismes sont généralement du ressort des pouvoirs publics et sont d'ordre politique comme les mécanismes d'appui financier (dons, subventions, crédits, primes d'aménagement), réglementaire (garanties, guichet unique, assouplissement des procédures), social (exonération de charges sociales), fiscal (dégrèvement, exonération fiscale, zone franche), logistique (construction d'hôtels d'entreprises publiques, constructions de pépinières d'entreprises publiques, construction de pôles technologiques et de centres d'incubation).

Pour accroître la création et la pérennité de nouvelles entreprises, les systèmes d'appui proposent une panoplie d'outils et mécanismes pour répondre à la complexité de l'environnement des entrepreneurs. Nous recensons quelques services prestés par les systèmes d'appui :

2.2.1 - La sensibilisation

La sensibilisation à l'entrepreneuriat a la vocation d'agir sur les acquis d'une personne pour favoriser l'acte d'entreprendre. Elle a donc pour objet d'agir sur l'intention entrepreneuriale des personnes visées²³. Elle vise à stimuler l'esprit d'entreprendre chez la population. La sensibilisation peut se faire à l'aide de pratiques comme les actions pédagogiques (cours, modules, conférences), les manifestations associatives (conférences,

²²MASMOUDI Mohamed R., « Etude exploratoire des processus et modèles d'incubation en entrepreneuriat : cas des pépinières tunisiennes », thèse pour l'obtention du doctorat en Business administration, Université du Sud Toulon-Var, 2007. France, p.58.

²³CHELLY A., « Les processus de génération d'opportunités entrepreneuriales : une recherche exploratoire auprès d'entrepreneur tunisien. », Thèse pour le doctorat en sciences de gestion, université du Sud Toulon-Var, Juillet, 2006.

journées d'information), les actions incitatives (concours, subventions, prêts, les actions de communication (campagnes télévisées, radio, journaux...)).

2.2.2 - L'accompagnement et conseil

L'accompagnement se présente comme une pratique d'aide à la création d'entreprise fondée sur une relation qui s'établit dans la durée entre un entrepreneur et un tiers. Tout d'abord, l'accompagnement d'un créateur d'entreprise suppose que ce dernier dispose d'un (des) projet(s) (ou idées de projet) plus ou moins précis et ainsi l'aider pour que le projet aboutisse à la création viable. L'objectif est d'encadrer et d'aider les créateurs dans le but de l'aider à faire face aux contraintes liés à la création (le montage du projet, la rédaction du business plan, la négociation, la création effective) et faire d'une sorte que le créateur devienne autonome. L'accompagnement peut également s'envisager à partir d'un réseau de soutien.

2.2.3 - La formation

Les compétences nécessaires au lancement et au management d'une entreprise peuvent être développées et stimulées par une formation adéquate. Même si la formation ne peut pas assurer qu'une personne devienne un entrepreneur, la formation entrepreneuriale est aujourd'hui reconnue comme étant primordiale pour la bonne conduite des nouveaux projets entrepreneuriaux et pour améliorer les compétences des entrepreneurs. La formation cherche à développer les capacités associées à l'esprit d'entreprendre et a pour objectif de combler les lacunes des entrepreneurs en matière de gestion et de management.

Généralement, on distingue les formations ante création, qui sont orientées vers l'évaluation initiale du projet et l'élaboration effective du projet d'entreprise, des formations post création qui concernent les entrepreneurs déjà établis qui ont pour objectif de répondre à des besoins pratiques spécifiques en gestion, en stratégie, en comptabilité, en marketing, etc.

2.2.4 - La logistique

L'appui logistique a pour objectif de faciliter les processus de création en fournissant aux entrepreneurs naissants les moyens matériels nécessaires tels que le secrétariat, l'accès à l'information, les moyens informatiques, les moyens administratifs afin qu'ils puissent donner le temps nécessaire à l'étude de leur projet. L'appui logistique permet de minimiser les coûts de création et de démarrage des nouvelles entreprises. Généralement, les pépinières, les incubateurs et les centres d'affaires proposent des services d'appui logistique.

2.2.5. Le financement

La création d'une entreprise exige en plus d'une idée de départ, d'avoir à disposition des moyens afin de concrétiser le projet, des moyens humains mais également des moyens financiers. L'opération de financement consiste à obtenir des ressources monétaires nécessaires à la réalisation d'un projet (lever des fonds).

L'appui financier s'est beaucoup développé avec la vague de la création de start-up d'Internet des PME de haute technologie. L'objectif de l'appui financier est de subvenir aux besoins des créateurs au cours des phases critiques de pré-crédation et de post-crédation. Ainsi, la notion de « financement (capital) d'amorçage »²⁴ s'est peu à peu développée et diversifiée dans le paysage entrepreneurial. D'autres pratiques privées d'appui financier se sont développées telles que le financement privé de personnes physiques connues, sous le nom de « Business Angels », le financement privé à risque ou « le capital risque » et l'appui financier d'entreprises industrielles (clients, fournisseurs, partenaires), etc.

L'appui à la création intervient pour apporter aux nouveaux entrepreneurs des conditions d'accès plus facile aux ressources qui leur sont nécessaires, afin de faciliter et accélérer ce processus. Plusieurs agents opèrent aujourd'hui dans le secteur de l'appui à l'entrepreneuriat afin de sensibiliser et stimuler l'initiative afin qu'il y ait plus de création d'entreprises ; limiter les échecs des porteurs de projets et des nouvelles entreprises en démarrage ; assurer aux jeunes entreprises de plus grandes possibilités de développement.

Section 3 : Bref aperçu sur l'entrepreneuriat en Algérie

L'entrepreneuriat en Algérie a connu, des multiples visages suite à des réformes résultantes des stratégies politiques. Comme résultat de ces réformes et dans le recherche de solution aux problèmes économiques, les responsables politiques ont accordés plus de crédit au secteur privé en en leur donnant plus de liberté de manœuvre, et en mettant en place des mesures pour encourager et soutenir des initiatives privées.

3.1 - L'évolution de l'activité entrepreneuriale en Algérie

Après l'indépendance, l'Algérie choisit un système économique caractérisé par un mécanisme de gestion et de coordination de type planifié, et la propriété publique sur l'outil

²⁴ Financement des entreprises (surtout des jeunes entreprises à fort potentiel de croissance) dans leur phase de démarrage. C'est le premier apport en capital d'une entreprise, parfois réunis avant la création même de l'entreprise, et il est utilisé, généralement, pour financer tous les frais préalables à la mise sur le marché du premier produit de la société : frais de R&D, prototype, business plan, conseil et expertise, loyers, etc.

de production et de distribution. La stratégie de développement adoptée durant cette période se fonde sur une politique volontariste d'industrialisation. A cet effet, de puissantes sociétés publiques sont érigées ayant le monopole dans les grandes branches industrielles, donc, jusqu'aux années 80, l'Etat fut le principal entrepreneur et le secteur privé était occulté. Cependant le bilan est médiocre et des nouvelles politique de restructuration sont envisagées, donc, à partir des années 80, un large débat fut engagé sur le rôle de l'entreprise privée dans le développement économique, un débat qui s'articula autour de la question de la propriété privée des moyens de production.« L'objectif étant le développement et l'indépendance économique, il faut pour cela, mobiliser l'ensemble des ressources nationales...Ainsi située, l'entreprise privée apparaît comme un élément constitutif et indispensable tout au moins à terme, dans le processus de développement »²⁵.

A la fin des années 80 l'Algérie a connu une phase de transition vers l'économie de marché, c'est ce qui l'a conduit à établir des relations avec les institutions internationales tels que le FMI (Fond Monétaire International) et la Banque Mondiale pour atténuer la crise de sa dette extérieure d'une part, et à l'application d'un régime de politique monétaire, financière, économique et commerciale d'une autre part. Ces relation lui ont poussé la privatisation de nombreuses entreprises publiques, et a contribué au développement des petites et moyennes entreprises dans certaines activités de l'économie. L'Etat algérien prend conscience du rôle important du secteur privé et de la création d'entreprise (principalement les PME et les TPE) dans le développement de la croissance économique. Dès lors, l'initiative entrepreneuriale privée est encouragée, l'Etat déploie des efforts en termes d'encadrement et de mise en place des mécanismes institutionnels pour accompagner la création d'entreprises.

Un développement et la croissance du phénomène de l'entrepreneuriat a été observé et aujourd'hui il est en pleine expansion. Selon le rapport *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*²⁶ de 2012, les dernières années, l'entrepreneuriat a apporté une contribution significative à la création d'entreprises et à la création d'emplois en Algérie. Le taux de croissance moyen de création d'entreprises durant la période 2001-2010 a été de 8,4%. L'entrepreneuriat est devenu un fait incontournable et l'environnement institutionnel s'est orienté vers sa promotion en promulguant de nombreux textes juridiques et réglementaires.

²⁵AKNINE S. R. et FERFERA Y., « Entrepreneuriat et création d'entreprise en Algérie : une lecture à partir des dispositifs de soutien et d'aide à la création des entreprises », Revue des Sciences Économiques et de Gestion, N°14, 2014, p. 67.

²⁶Le « *Global Entrepreneurship Monitor* » (GEM), ou projet de suivi global de l'entrepreneuriat, c'est un projet qui mesure annuellement l'activité entrepreneuriale dans plus de 75 pays. Il a pour but de réunir les meilleurs experts mondiaux pour étudier les relations complexes entre l'entrepreneuriat et la croissance économique.

Des mesures incitatives, au plan fiscal et parafiscal, sont promulguées pour encourager la création d'entreprise²⁷.

3.2 - Politiques publiques de promotion de l'entrepreneuriat

L'économie de marché n'est pas un mécanisme parfait de gestion et de coordination de l'activité économique, c'est pour cette raison que tous les gouvernements du monde mettent en place des politiques publiques afin d'optimiser l'allocation des ressources rares. La faiblesse des capitaux privés et l'inexpérience des porteurs de projets, a orienté les pouvoirs publics algériens vers des modes de soutien et d'accompagnement en vue d'assurer la promotion et le développement de l'activité entrepreneuriale. Dans ce sens, un ensemble d'institutions, d'organismes et de programmes est mis en place.

3.2.1 - Le soutien financier

Afin de faciliter l'accès au financement, l'Etat algérien a mis en place un certain nombre de dispositifs. Ces dispositifs sont soutenus par la création d'agences nationales pour aider au financement des projets entrepreneuriaux, principalement lorsqu'il s'agit de micro-financement. Ces agences ont été créées avec l'objectif principal de faciliter l'accès au financement pour les entrepreneurs. Ces derniers peuvent bénéficier d'un crédit pour lequel ces agences se portent garantes, ainsi que des prêts non rémunérés et une bonification de taux d'intérêts pour les autres types de crédits bancaires. Ces agences se différencient principalement par rapport à leur clientèle cible :

3.2.1.1 - Agence Nationale de Développement de la Petite et Moyenne Entreprise (ANDPME)

C'est un établissement public à caractère administratif qui a été créé en 2005. Elle compte, parmi ses missions, la mise en œuvre de la stratégie sectorielle en matière de promotion et de développement de la PME ; la mise en œuvre du programme national de mise à niveau des PME et d'assurer son suivi ; de promouvoir l'expertise et le conseil en direction des PME ; de suivre l'évolution des PME en termes de création, de cessation et de changement d'activités.

²⁷ ABEDOU A., BOUYACOUB A. et KHERBACHI H., « L'entrepreneuriat en Algérie 2009/2012, *Global Entrepreneurship Monitor* », GIZ Algérie, 2013, p.62.

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

Créée en 1996, l'ANSEJ est une institution chargée de l'encouragement, de soutien et d'accompagnement des jeunes chômeurs entre 19 et 35 ans et porteurs de projets et assure un financement à hauteur de 10 millions de DA. Le processus assuré par ce dispositif couvre les étapes de création, de lancement et d'extension de l'entreprise²⁸.

3.2.1.3 - L'Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI)

A partir de 2001 l'ANDI va remplacer l'APSI, Agence de Promotion, de Soutien et de Suivi de l'Investissement qui fut créée en 1993. L'ANDI véhicule une nouvelle vision de l'Etat vis-à-vis les grands capitaux nationaux et internationaux. C'est une institution gouvernementale qui a pour mission la facilitation, la promotion et l'accompagnement de l'investissement et de la création d'entreprise à travers des régimes d'incitation qui s'articulent essentiellement autour de mesures d'exonération et de réduction fiscale. Elle est destinée aux projets d'investissement supérieur à 135000 dollars US²⁹.

3.2.1.4 - L'Agence Nationale pour la Gestion du Microcrédit (ANGEM)

Créée en 2004, cette agence représente un outil de lutte contre le chômage et vise à favoriser l'auto emploi. Elle a pour mission de favoriser la création de micro-entreprises dans les zones urbaines et rurales, et d'encourager l'émergence d'activités économiques et culturelles génératrice de revenus dans les zones rurales³⁰.

3.2.1.5 - Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC)

Cette caisse propose aussi une aide à la création d'activités, pour les chômeurs âgés entre 30 et 50 ans à hauteur de 10 millions DA maximum. A travers des partenariats avec des ministères et institutions étatiques, la CNAC s'assure que toutes les conditions sont réunies afin de permettre la concrétisation du plus grand nombre de projets³¹.

Il est à noter qu'il existe d'autres institutions, à part celles citées ci-dessus, qui ont pour mission le financement de l'activité entrepreneurial en Algérie.

²⁸ <http://www.ansej.org.dz/?q=fr/content/le-dispositif-de-soutien-lemploi-des-jeunes>

²⁹ AKNINE S. R. et FERFERA Y, Op. cit. p., 70.

³⁰ <http://www.angem.dz/portail/index.php/fr/>

³¹ <http://www.cnac.dz/default.aspx?id=88>

3.2.2-Les structure d'accompagnement et conseil

Les pouvoirs publics conscients du rôle des petites et moyennes entreprises dans le développement économiques ont mené une politique de promotion du secteur de la PME afin de « booster » la création de nouvelles entreprises et d'assurer leurs pérennisation et ce à travers certaines mesures parmi lesquelles la création des structures d'appui au niveau local. En outre des agences de soutien financier, les entrepreneurs ont à leur disposition des structures qui assurent la formation, l'aide dans l'élaboration des projets, le coaching, l'hébergement, la mise en contact avec un réseau de soutien, etc.

3.2.2.1 - L'Agence Nationale de Valorisation des Résultats de la Recherche et du Développement Technologique (ANVREDET)

Créée par le décret exécutif n° 98 – 137 du 3 mai 1998 et placée sous la tutelle du Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique (MESRS), cette agence a pour mission de mettre en œuvre, en relation avec les structures et organes concernés, la stratégie nationale de la valorisation des résultats de la recherche et du développement technologique³². De ce fait elle :

- Soutien et accompagne des idées innovantes et porteuses jusqu'à la mise en place de l'entreprise
- Identifie et sélectionne des innovations et leur promotion
- Assiste les innovateurs dans la prise en charge des prestations relatives à la protection de la propriété intellectuelle, la réalisation de prototype, le plan d'affaire et le partenariat et le montage financier ;
- Elle sert d'interface d'échange entre la recherche et les secteurs en matière de demande et d'offre en innovation.

3.2.2.2- Les centre de facilitation

Créée par le Décret exécutif n° 03-79 du 25 février 2003, elles constituent un espace d'animation économique destinés à rendre l'information disponible et à assister les porteurs de projets à concrétiser leur investissement. Parmi ces objectifs on peut recenser :

³² <http://www.anvredet.dz>, dernière consultation le 19/11/15.

- Développer la culture d'entreprises ;
- Offrir un guichet adapté aux besoins des créateurs d'entreprises et des entrepreneurs
- Réduire les délais de création, d'expansion et de reprises d'entreprises ;
- Accompagner les créateurs de projets et les entrepreneurs dans le domaine de la formation et de la gestion ;
- Favoriser le développement de nouvelles technologies auprès des porteurs de projets.

3.2.2.3 - Les pépinières d'entreprises

La pépinière d'entreprise est créée aussi par le Décret N° 03-78 du 25 février 2003. Elles sont des structures publiques qui permettent, à travers des actions d'accompagnement et d'encadrement, d'assister les porteurs de projets dans le lancement de leurs activités. Elles offrent des services intégrés aux jeunes promoteurs à travers une assistance et un conseil dans tous les aspects de la gestion. Ces principales missions sont :

- Offrir des conseils personnalisés ;
- Accompagner et suivre les porteurs de projets avant et après la création de leur entreprise ;
- Mettre à disposition des entreprises hébergées le mobilier de bureau, des équipements de bureautique et d'informatique ;
- Développer une synergie avec l'environnement de l'entrepreneuriat ;
- Favoriser l'émergence des projets innovants.

3.2.2.4 - Les incubateurs d'entreprises

La mise en place de L'Agence Nationale de Promotion et de Développement des Parcs Technologiques (A.N.P.T)³³ d'Alger en janvier 2007 par Décret exécutif n°04-91 du 24 mars 2004 a permis la création de « l'incubateur d'Alger » en janvier 2010.

Cette structure accorde la priorité aux projets innovants en matière de TIC (technologies de l'information et de la télécommunication) pour bénéficier des opérations d'accompagnement et d'orientation assurés par les parcs technologiques. Le succès de l'incubateur d'Alger, a encouragé la création d'autres incubateurs au niveau du territoire national, concrétisée par la création de l'incubateur d'Ouargla et des incubateurs universitaires

³³ Instrument de l'état en matière de conception et de mise en œuvre de politique nationale de promotion et de développement des parcs technologiques en vue de favoriser la génération et commercialisation de l'innovation à travers une maîtrise et le transfert de connaissances et compétences technologiques.

de l'Institut National des Télécommunications et des Technologies de l'Information et de la Communication (INTTIC) d'Oran (mars 2012) et de l'université Hadj Lakhdar à Batna (avril 2013)³⁴.

3.3 - Des initiatives privées pour la promotion de l'entrepreneuriat en Algérie

Il existe également des initiatives provenant d'acteurs économiques privés, avec, à chaque fois, un objectif similaire, celui de la promotion de l'intention et l'action entrepreneuriale.

3.3.1 - Académie Algérienne de l'Entrepreneuriat

Créée en octobre 2010, qui tente par des actions de sensibilisation et par voie de concours, de donner une visibilité à de jeunes porteurs de projets issus du monde universitaire, toutes filières confondues. Un de ses objectifs est aussi d'accompagner et de supporter les projets d'entrepreneurs depuis l'intention jusqu'à la création et les phases de développement viables de l'entreprise. Elle oriente la conception et la diffusion de méthodes pédagogiques et d'outils de suivi et de coaching spécifiques aux différentes étapes de l'entrepreneuriat.

L'académie algérienne de l'entrepreneuriat s'efforce de redonner à l'entrepreneur, auprès des acteurs économiques, politiques et sociaux, la légitimité qui lui revient dans le contexte de croissance économique, de l'innovation technologique, de l'emploi et des équilibres sociaux³⁵.

3.3.2- « Algerian Start-up Initiative (ASI) »

La diaspora algérienne aux Etats-Unis joue également un rôle actif. L'Algerian Start up Initiative (ASI) a été créée en 2009, par le biais d'un partenariat entre des entreprises algériennes et des sociétés leaders dans le domaine des NTIC aux Etats-Unis. ASI organise annuellement un concours du meilleurs business plan, destinés aux porteurs de projets de startups. Les lauréats du concours bénéficient d'une incubation à l'incubateur de Sidi Abdellah à Alger, de séances de conseils et de coaching et d'un fonds d'investissement de la Silicon Valley³⁶.

³⁴<https://www.anpt.dz/>. Dernière consultation le 20/05/2015.

³⁵ <http://www.liberte-algerie.com/actualite/creation-de-lacademie-algerienne-de-lentrepreneuriat-84262/>, dernier consultation le 01/08/2015.

³⁶ <http://algerianstartupinitiative.com/aboutasi/>, dernier consultation le 01/08/2015.

3.3.3 - Alinov Algérie

Alinov est le premier incubateur privé algérien. Il a été lancé en février 2009 par le cabinet «Alliance Consulting AC » avec le soutien du réseau de consulting international MédafCO-Développement. Son objectif est de contribuer à la mise en place d'un écosystème favorable au développement de l'entrepreneuriat en Algérie, en travaillant en étroite collaboration avec toutes les parties prenantes notamment : les organismes de formation, les consultants, les incubateurs, les établissements financiers et l'administration publique³⁷.

3.3.4 - « *Fikra* » de Djezzy

L'opérateur mobile Djezzy, dans sa stratégie de renforcer sa position en tant qu'entreprise citoyenne, a lancé, lors de la première édition d'une conférence intitulé «*Fikra*» (idée), un concours dédié aux startups. Cet appui est la contribution de Djezzy, pour inventer les métiers de demain à travers des projets dans les nouvelles technologies de l'information et de la communication, en sponsorisant et encouragement des futurs managers. Dix sociétés parmi les candidats sont choisies, à travers de nombreuses auditions devant un jury, et bénéficient d'une aide d'un million de dinars chacune et une assistance managériale d'une «compétence» de Djezzy. En 2015, ce même concours est lancé, mais cette fois en partenariat avec l'Agence National de Promotion et Développement des Parcs Technologiques (ANPT), sous le thème « *make-your-mark* », où cinq startups ont été récompensés avec un chèque de deux millions de dinars pour chaque startup et ainsi qu'une année de coaching par des professionnels³⁸.

³⁷<http://www.alinov.org>, dernier consultation le 16/06/2015.

³⁸ <http://www.djezzy.dz>, dernier consultation le 30/09/15.

Conclusion

Le rôle de l'entrepreneur dans la création nouvelles entreprises et dans le développement de celles déjà établies, sa contribution dans la création d'emplois, démontrent l'importance de l'entrepreneuriat dans le développement économique d'une région. Du la nécessité de créer des conditions pour faire émerger l'esprit entrepreneurial et ainsi construire une société entrepreneuriale. A travers la formation, l'accompagnement et le financement, comme forme d'appui à l'entrepreneuriat, on cherche à faciliter le travail de l'entrepreneur, en minimisant les obstacles et baisser le taux d'échec et de disparition d'entreprises.

L'Algérie essaye, dans une perspective de développement économique, de faire émerger l'esprit entrepreneurial et même d'enraciner la culture d'entreprendre au sein de la société. On a pu voir que des initiatives ont été prises, dans le but de donner un nouveau souffle à l'environnement entrepreneurial. Ces initiatives qui, ça soit de la part des pouvoirs publics ou des organismes privés, ont données naissance à des structures et des programmes de soutien et d'accompagnement qui favorisent la création et le développement d'entreprises en Algérie. Cependant, malgré ces initiatives, le climat entrepreneurial en Algérie (particulièrement celui de la création entreprise) présente encore des faiblesses. Selon Aknine Rosa et Ferfera Yacine³⁹, les lenteurs administratives, la méfiance des institutions financières, l'inefficacité des aides publiques sont des barrières, parmi tant d'autres, qui doivent être surmontés afin d'atteindre des meilleurs résultats.

³⁹AKNINE S. R. et FERFERA Y, Op. cit. p., 74-76.

Chapitre II

Les entreprises innovantes

Introduction

La compétitivité mondiale du XXI^{ème} siècle est marquée par l'essor économique des pays dotés d'entreprises fortement intensives en R&D et d'un système de formation et de recherche tournée vers l'innovation. Dans ce contexte, il est vital pour les nations et les régions au sein des nations à développer, maintenir et soutenir leur compétitivité. Un facteur important à cet égard est le développement de produits et services innovants, qui à son tour dépend étroitement de l'efficacité du transfert de technologie des institutions universitaires et de recherche dans le milieu des affaires.

Dans ce sens, une région, pour être active doit générer des entrepreneurs innovateurs qui représentent un gage de dynamisme économique contribuant à renforcer la compétitivité du système productif via l'innovation et la création d'entreprises innovantes. Cette dernière n'est pas une tâche facile et son succès dépend de plusieurs facteurs liés à l'acteur principal de ce processus, l'entrepreneur, et la qualité innovatrice de son environnement. Plusieurs dispositifs peuvent être mis en place avec pour objectifs de soutenir l'innovation et ainsi renouveler, diversifier et animer le tissu économique d'une région. Ces mesures favorisent la création de nouvelles entreprises et permettent aux entreprises existantes de développer de nouvelles technologies et d'améliorer leur compétitivité.

Section 1 : L'innovation à l'ère de l'expansion technologique

Nous nous situons actuellement dans une nouvelle ère, placée sous le signe de l'innovation et de la technologie qui se développent à un rythme accéléré. Concrètement, cette accélération se matérialise par différents indicateurs : le cycle de vie des nouveaux produits est plus court, les nouveaux produits se diffusent plus rapidement, les nouvelles technologies permettent de communiquer rapidement et différemment, ... Reconnue comme source de croissance et de compétitivité, l'innovation fait l'objet d'attentions soutenues de la part des entreprises, qu'elles soient des multinationales ou des PME, et des décideurs publics.

1.1-Définition de l'innovation

Les définitions existantes de l'innovation sont nombreuses. Le sens commun porte sur la description d'un objet ou d'une pratique caractérisés par leur nouveauté. Dans l'analyse économique classique, l'innovation, synonyme du progrès technique, est réduite à une dimension technique. Schumpeter distingue l'innovation de l'invention, dans le sens où sa validation par le marché et son utilisation effective induisent un changement économique et social d'une manière radicale ou progressive.

Vuarin et Rodriguez⁴⁰ avancent que l'innovation est une création d'un objet, d'une idée ou d'une pratique qui n'existait pas dans un territoire donné ou à l'intérieur d'un domaine technique. Dans son ouvrage « *Diffusion of innovation* », Everett Rogers⁴¹ définit quant à lui l'innovation comme étant une idée, une pratique ou un objet perçu comme étant nouveau par l'individu.

Thomas Robertson⁴² propose une définition plus complexe de l'innovation, basée sur quatre critères :

- La nouveauté par rapport aux produits existants : n'est considéré nouveau que ce qui est différent de ce qui existe déjà sur le marché.
- La nouveauté au fil du temps : le temps requis pour l'introduction d'une innovation n'est pas si long.

⁴⁰VUARIN P. et RODRIGUEZ M., « Innovation and communication within leader », *Leader Magazine*, n 7, 1994, p. 13-16.

⁴¹ ROGERS Everett M., « *Diffusion of innovations* », *third edition, The Free Press, New York, 1983, p. 11.*

⁴² Cite par CHENCHEH Oussama dans « Les déterminants de l'adoption du *e-banking* par les institutions financières et la clientèle organisationnelle, et son impact sur l'approche relationnelle : cas de l'*internet-banking* en Tunisie » mémoire présenté à l'Université de Québec à Montréal, 2011, p. 6.

- La nouveauté par pénétration du marché cible : tant que le volume des ventes d'un produit n'a pas atteint 10 % du marché potentiel, ce dernier est considéré comme nouveau.
- La nouveauté du produit aux yeux des consommateurs : un produit n'est considéré nouveau que s'il est perçu comme tel par les consommateurs.

Ainsi, le Manuel d'Oslo⁴³ définit l'innovation comme " *la mise en œuvre d'un produit (bien ou service) ou d'un procédé nouveau ou sensiblement amélioré, d'une nouvelle méthode de commercialisation ou d'une nouvelle méthode organisationnelle dans les pratiques de l'entreprise, l'organisation du lieu de travail ou les relations extérieures*".

L'innovation est un concept très vaste qui fait l'objet d'une littérature abondante. Toutefois, les auteurs consultés sont unanimes sur le fait que l'innovation a une finalité commerciale et est synonyme de nouveauté.

1.2-Typologie d'innovation

En dépit de la diversité des critères utilisés par les différents auteurs pour définir le concept de l'innovation, la présentation des typologies de ce dernier aidera à mieux comprendre cette notion. Par conséquent, deux typologies seront présentées :

1.2.1-Typologie selon l'objet de l'innovation

En prenant pour base la dernière définition ci-dessus (Manuel d'Oslo), on peut noter qu'il y a quatre caractéristiques de l'innovation⁴⁴ :

1.2.1.1-Innovation de produit

Une innovation de produit correspond à l'introduction d'un bien ou d'un service nouveau ou sensiblement amélioré sur le plan de ses caractéristiques ou de l'usage auquel il est destiné. Elle est perçue souvent comme une modification du contenu technologique du bien ou une amélioration de ses conditions d'utilisation. L'objectif est généralement d'améliorer les prestations offertes aux clients et de répondre à de nouveaux besoins.

⁴³ Manuel d'Oslo, « Principes directeurs pour les recueils et l'interprétation des données sur l'innovation » 3^e édition, EDITIONS OCDE, Paris, 2005, p. 54.

⁴⁴ Ibid., pp. 56-61.

1.2.1.2-Innovation de procédé

Une innovation de procédé concerne essentiellement la mise en œuvre d'une méthode de production ou de distribution nouvelle, ou sensiblement améliorée. Les méthodes peuvent impliquer des modifications portant sur l'organisation de la production, pour diminuer les coûts unitaires de production ou de distribution et sur l'amélioration de la qualité (notamment pour développer de nouveaux produits qui peuvent aussi avoir des besoins spécifiques en termes production et de distribution). Cette notion implique des changements significatifs dans les techniques, le matériel ou le logiciel. Ces changements visent en général à simplifier le processus de production et à réduire les coûts, afin de préserver et de renforcer la compétitivité de l'entreprise.

1.2.1.3-Innovation organisationnelle

Une innovation d'organisation est la mise en œuvre d'une nouvelle organisation dans les pratiques, du lieu de travail ou des relations extérieures de l'entreprise. Elle peut avoir pour but d'améliorer les performances d'une entreprise en réduisant les coûts administratifs ou de transaction, en améliorant le niveau de satisfaction au travail, en accédant à des biens non marchands (comme le savoir extérieur non codifié) ou en réduisant les coûts des approvisionnements. Ainsi, elle forme une des facettes de l'innovation de procédé.

1.2.1.4-Innovation de commercialisation

Les innovations de commercialisation visent à mieux satisfaire les besoins des consommateurs, ouvrir de nouveaux marchés ou positionner d'une manière nouvelle un produit de l'entreprise sur le marché afin d'augmenter les ventes. Elles consistent à la mise en œuvre de nouvelles méthodes de commercialisation impliquant des changements significatifs de la conception ou du conditionnement, de la promotion ou de la tarification d'un produit. Elles correspondent à des innovations de procédé et elles sont souvent nécessaires au succès des innovations de produit.

1.2.2- Typologie selon le degré de nouveauté

Les innovations peuvent également être classées selon leur degré de nouveauté⁴⁵.

1.2.2.1-Innovation radicale

L'innovation radicale ne se manifeste pas fréquemment. Elle correspond à l'introduction d'une technologie générique qui affecte l'organisation du travail et la productivité dans un grand nombre d'activités, aussi bien du point de vue de l'entreprise qui l'a introduit que du point de vue du marché qui l'a reçu. Elle modifie de manière conséquente un produit. Elle ne s'adresse pas nécessairement à une demande bien identifiée, mais elle crée une demande précédemment non exprimée. Cette demande implique souvent une nouvelle structure du marché et même, l'émergence de nouvelles industries et de nouveaux concurrents.

1.2.2.2-Innovation incrémentale

L'innovation incrémentale (ou mineure) constitue un changement progressif découlant d'une innovation radicale qui permet d'améliorer une technologie afin de l'adapter aux spécificités des secteurs et des marchés qui vont l'adopter. Elle concerne l'introduction par l'entreprise d'améliorations de produits existants par ailleurs sur le marché ou bien l'introduction dans l'entreprise d'équipements et de composants novateurs qu'elle n'aurait pas mis au point elle-même.

La classification des innovations selon leur degré de nouveauté est importante parce qu'elle permet de différencier les innovations qui introduisent des hauts degrés de nouveauté de celles qui donnent lieu à de légères améliorations. Cependant, elle comporte des limites qu'il convient de souligner. D'abord, il y a le fait que la nouveauté d'une innovation est relative et change en fonction du temps. Ainsi, une innovation qui était considérée comme radicale deviendra incrémentale avec le temps à mesure que la base de connaissance sous-jacente devient plus commune. Aussi, une innovation peut être radicale pour une entreprise et apparaître comme incrémentale pour une autre⁴⁶.

⁴⁵ RAHMOUNI M. et YILDIZOGLU M., « Motivations et déterminants de l'innovation technologique : Un survol des théories modernes ». Document de Travail n°2011-09, Ecole des Hautes études en Sciences Sociales, Universités d'Aix-Marseille II et III, 2011, pp. 5-6.

⁴⁶ KOMPAORE B. E. O., « Les facteurs déterminants de la capacité à réussir l'innovation dans les PME manufacturières », Mémoire présenté à l'Université du Québec à Trois Rivières, 2008, p. 9.

Section 2 : Particularités du processus de création des entreprises innovantes

La création d'une entreprise innovante ou technologique est un exercice particulièrement difficile. Aux difficultés habituelles de la création s'ajoutent les singularités apportées par les entreprises innovantes : marché souvent international dès le début, acceptation de l'innovation par le marché, ressources financières importantes, etc. A ces particularités, il faut en ajouter une autre qui est essentielle : les entrepreneurs eux-mêmes. En effet les projets technologiques sont souvent portés par des scientifiques ou des ingénieurs qui n'ont pas nécessairement les compétences de management nécessaires pour bâtir leur projet. Si l'on combine les facteurs spécifiques des projets technologiques et les particularités des entrepreneurs on mesure la nature du défi.

2.1 - Définition des entreprises innovantes

La littérature relative à la création d'entreprises innovantes ou d'entreprises technologiques s'est fortement développée depuis le début des années 90. Les praticiens ou les chercheurs désignent les entreprises technologiques sous plusieurs termes : « entreprises de haute technologie », « entreprise high-tech », « entreprise innovante », « entreprise de technologie avancée », etc. On parle souvent de « start-up » ou « jeune pousse » pour désigner une petite entreprise à forte croissance, en principe du domaine de la haute technologie, qui est au premier stade de son développement. En d'autres termes, c'est une entreprise innovante qui en est à ses débuts.

Les entreprises innovantes sont celles qui ont introduit un changement significatif ou une nouveauté dans au moins une des quatre catégories d'innovation possibles (produits, procédés, organisation, marketing) ou qui ont entrepris des activités d'innovation, que celles-ci aient conduit ou non à une innovation sur la période de référence⁴⁷.

De leur part, Albert P. et Mougenot P.⁴⁸ définissent l'entreprise innovante comme une entreprise qui se confronte délibérément à l'incertitude économique. De nombreuses études, menées sur les entreprises innovantes, ont précisé un certain nombre de critères différenciant ces dernières des autres formes d'entreprises, notamment les entreprises traditionnelles.

⁴⁷Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE), <http://www.insee.fr>, dernier consultation le 01/08/15.

⁴⁸ALBERT P., MOUGENOT P., « La création d'entreprises high-tech », Revue Française de Gestion, mars-avril-mai, 1988, p. 106-118.

Philippe Albert⁴⁹ fait une distinction entre entreprise innovante et entreprise traditionnelle en termes d'incertitude. Il précise que, pendant que l'incertitude est énorme pour les entreprises innovantes, elle est moindre pour les entreprises traditionnelles qui opèrent dans un environnement plus stable et pour les grandes entreprises qui possèdent un portefeuille d'activités leur permettant de diversifier leurs risques. De même, l'auteur relève cinq principales caractéristiques des entreprises innovantes, à savoir :

- Elles opèrent dans des secteurs d'activité très instables à cause de l'évolution rapide des technologies, telles que : l'électronique, l'informatique et les télécommunications. Cette rapidité des technologies, combinées avec la nouveauté des produits, l'émergence des marchés et l'imprévisibilité de la concurrence, font que ces entreprises sont confrontées considérablement à l'incertitude économique qui est le trait commun des entreprises innovantes.
- Leurs dépenses en R&D sont plus importantes que les autres entreprises. Elles sont en relation avec les milieux scientifiques (les universités et les laboratoires de recherche). Les produits et/ou services offerts par ces entreprises ont une forte valeur ajoutée et sont souvent caractérisés par un cycle de vie court ou assez court ;
- Elles bouleversent l'équilibre du marché en introduisant des innovations et ce par la modification de la demande et la création des nouveaux marchés ;
- Elles se caractérisent par des besoins et des modes de financement spécifiques auxquels participent des acteurs bien particuliers (Capital-Risque, Business Angels, etc.) ;
- Leur activité nécessite des investissements plus élevés que les autres entreprises non innovantes.

La création d'entreprises innovantes semble-t-elle aussi se distinguer des autres formes plus classiques de la création d'entreprise par les principaux traits suivants⁵⁰ :

- Le niveau de risque associé à la création d'entreprises innovantes est plus élevé.
- Les entreprises innovantes acquièrent une position de leader sur le marché où elles s'établissent tout en bouleversant les positions des entreprises déjà existantes.

⁴⁹ALBERT P., « L'essence des nouvelles entreprises technologiques », dans BERNASCONI M. et MONSTED M., « Les Startups High-tech : Création et développement des entreprises technologiques », Dunod, Paris, 2000, p. 59-75.

⁵⁰KHIARI Sonia et AMEWOKUNU Yao, « De la création ex nihilo d'entreprises innovantes : Proactivité libre, forcée ou ambivalente ? », XVIème Conférence Internationale de Management Stratégique, Montréal, 2007, p. 8.

- L'innovation considérée peut introduire une rupture majeure, il s'agit, alors, d'une innovation radicale. Ou bien, elle peut s'inscrire dans la continuité d'un produit ou d'un service, et ce en apportant des améliorations (on parle d'innovation incrémentale).
- Ce type de création se caractérise à la fois par un niveau de changement individuel élevé et par une forte création de valeur ajoutée dans l'activité où se situe l'innovation.
- Les entrepreneurs innovants ne sont pas nécessairement détenteurs majoritaires de l'entreprise qu'ils créent : les capitaux peuvent être détenus par des investisseurs preneurs de risque.

2.2 - Particularités du processus de création des entreprises innovantes

Certains auteurs ont montré que le processus de création des entreprises innovantes présente certaines particularités notamment en termes des besoins élevés de ressources, d'une dépendance marquante aux connaissances et aux nouvelles technologies, d'une difficulté remarquable pour le développement et la commercialisation du produit/service, d'une existence considérable de l'entrepreneuriat par équipe et de la présence des relations de partenariat avec d'autres acteurs sociaux⁵¹.

Samuelson M.⁵² dans son étude menée auprès de 233 entreprises de Suède, dans le cas des entreprises créées à partir d'une occasion d'affaire innovatrice (en comparaison avec les entreprises traditionnelles), affirme que le processus de création est plus long, moins linéaire et il est nécessaire de réaliser plus d'activités. L'auteur indique que les entreprises traditionnelles peuvent imiter la démarche de création des entreprises déjà existantes, tandis que les entreprises innovatrices doivent trouver leur cheminement propre et même parfois inventer un nouveau marché.

Les entreprises innovantes ainsi que leur processus de création se distinguent des autres entreprises, pour cela on abordera par la suite les caractéristiques spécifiques à l'entrepreneur innovateur et à l'environnement inhérent à la création des entreprises innovantes.

⁵¹HADDAD Samia, « Processus de création des entreprises innovantes en Tunisie : résultats d'une étude exploratoire » Revue internationale P.M.E. : économie et gestion de la petite et moyenne entreprise, vol. 26, n° 1, 2013, p. 17.

⁵²SAMUELSON M., « *Modeling the nascent venture opportunity exploitation process across time* », *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 2001, pp. 66-79.

2.2.1-L'entrepreneur innovateur

Les qualités personnelles et la personnalité de l'entrepreneur innovateur jouent certainement un rôle important dans la création et le succès d'une entreprise innovante. Plusieurs facteurs reliés à l'entrepreneur doivent être considérés : ses antécédents familiaux, son affiliation religieuse, son éducation, sa carrière, les traits de sa personnalité, des facteurs situationnels (comme le chômage ou l'immigration), ses motivations.

Ces entrepreneurs ont fait l'objet de travaux qui montrent qu'ils disposent d'un haut niveau d'éducation, qu'ils ont acquis leurs compétences et leurs expériences avec le produit ou la technologie utilisée en travaillant antérieurement dans des secteurs industriels identiques.

En analysant le profil de l'entrepreneur innovateur, qui est un facteur déterminant dans la création de l'entreprise innovante, on a pu recenser de caractéristiques spécifiques tels que :

2.2.1.1 - L'âge et niveau d'éducation

Des études ont montré que les entrepreneurs innovateurs se distinguent des autres créateurs par leur âge et leur éducation de haut niveau. Les fondateurs de start-up technologiques ont une moyenne d'âge de deux à cinq ans de plus que les autres entrepreneurs et sont donc plus vieux que ceux des secteurs non innovants. Toutefois, si on considère le type et le secteur industriel de l'entrepreneur technologique, la moyenne d'âge et le niveau d'éducation peuvent varier. A titre d'exemple, dans le secteur des TIC (technologies de l'information et de communication), les entrepreneurs sont plus jeunes qu'en biotechnologie. Les entrepreneurs en TIC, parfois, n'ont même pas terminé leur baccalauréat et ont entre 18 et 30 ans. Les entrepreneurs en biotechnologie sont des personnes avec un haut niveau d'éducation (souvent des diplômés du troisième cycle), ayant plus de 30 ans⁵³.

2.2.1.2 - L'expérience

Selon Alain Fayolle, les entrepreneurs technologiques créent leurs entreprises après avoir travaillé dans des secteurs proches du secteur d'activité de la nouvelle entreprise où ils ont acquis leurs compétences et leurs expériences avec le produit et la technologie utilisée et possèdent donc une bonne connaissance des marchés, des technologies ou de l'industrie⁵⁴. Cependant, malgré le niveau élevé de formation et d'expérience des entrepreneurs

⁵³BORGES C., BERNASCONI M., et FILION L. J., « La création des entreprises de haute technologie (EHT) Examen de la documentation », HEC Montréal, Cahier de recherche no. 11, 2003, p 8.

⁵⁴BORGES C., BERNASCONI M., et FILION L. J., op. cit., p 9.

technologiques, certains auteurs ont montré que la plupart de ces entrepreneurs, souvent préoccupés par les performances techniques, manquent des compétences nécessaires pour accomplir des activités de gestion, particulièrement celles comme le marketing et la commercialisation. Ainsi, ils n'ont pas acquis, au moment de la création de leur entreprise, les compétences suffisantes pour développer un projet important⁵⁵.

2.2.1.3 - Les Motivations

Il y a plusieurs motivations conduisant à la création d'entreprise technologique. On peut, dans un premier lieu, emprunter quelques motivations liées à la création d'entreprises non technologique tels que le besoin d'indépendance, besoin d'occuper une place prédominante dans un système, le goût d'entreprendre et de diriger, etc. Cependant, d'autres motivations spécifiques aux entrepreneurs technologiques ont été mises en évidence par plusieurs auteurs dont Haddad Samia a fait une compilation : la conviction d'introduire quelque chose de nouveau, la passion pour le développement des technologies, l'importance des informations techniques préalables pour identifier des opportunités, la certitude de voir les efforts récompensés par le bénéfice du monopole (même temporaire)⁵⁶...

2.2.2 - Les déterminants environnementaux de la création des entreprises innovantes

Plusieurs facteurs externes, souvent indépendants de l'individu, influencent la création d'entreprise innovante. Un environnement dynamique qui attire et facilite l'innovation est plus susceptible d'accueillir les porteur d'idées et de projets innovants. Les déterminants environnementaux ont fait l'objet de plusieurs théories, mais ici on se concentrera sur celle du milieu innovateur.

2.2.2.1 - Le milieu innovateur

Les entreprises innovantes ou technologiques ne naissent pas n'importe où. Toutes les études montrent que la plupart des créations d'entreprises technologiques proviennent de milieux particulièrement favorables, qualifiés le plus fréquemment de districts technologiques, de « cluster »⁵⁷, ou de milieux innovateurs.

La proximité géographique entre science, technologie, industrie et finance contribue à l'émergence de l'innovation. Le concept de milieu innovateur renvoi a la notion de

⁵⁵HADDAD Samia, op. cit., p. 18-19.

⁵⁶ Ibid., p. 19.

⁵⁷Cluster est un terme large faisant référence à une grande concentration de compagnies, souvent actives dans des domaines industriels proches ou identiques, partageant une localisation géographique commune, souvent à proximité de centres scientifiques importants.

l'environnement socio-économique d'un territoire, produit d'interactions de firmes, d'institutions et de main d'œuvre. Ces interactions sont obligatoirement le résultat de synergies réciproques (réseaux, maillages, partenariat,...) entre les différents agents locaux (publics et privés) du développement économique et industriel. Nous pouvons citer ici, comme exemple, les formes de coopération entre les entreprises et les laboratoires de recherche. En fin de compte c'est d'abord le milieu socio-économique, industriel et scientifique proximal qui participe à la création d'activités nouvelles (notamment à travers l'entrepreneuriat et l'essaimage) et à la genèse des innovations. Si les créations proviennent de territoires particuliers, c'est bien parce qu'ils offrent des avantages spécifiques qui favorisent l'émergence de projets et contribuent à leur développement. Bernasconi M.⁵⁸ illustre les avantages offerts par les milieux innovateurs en cinq principales familles :

- Avantage en termes d'expérience et de motivation pour l'entrepreneur (culture entrepreneuriale, politiques favorables) ;
- Avantages en termes de coûts (économie de territoire) ;
- Avantages en termes de ressources (ressources humaines, financières, sous-traitance) ;
- Avantages en termes d'accès aux premiers clients ;
- Avantages en termes d'apprentissage et d'innovation.

Certes, les avantages ne sont pas tous nécessairement présents dans tous les territoires. Mais ils sont potentiels et ne deviendront réels que si l'entrepreneur sait les identifier, puis les activer avec succès dans son projet.

Des régions telles que la Silicon Valley (Etats-Unis), Cambridge (Angleterre), Sophia Antipolis (France) sont des modèles idéal d'un milieu innovateur, constitué par un nombre important d'entreprises à fort potentiel technologique et autres éléments favorables à la création d'entreprises (comme les incubateurs ou encore les réseaux de financement) soutenant une économie régionale dynamique et à croissance rapide. Ainsi, l'existence d'un tel milieu offre des attraits particuliers aux yeux des entrepreneurs potentiels et les incitent à créer des entreprises technologiques.

2.2.2.2 - Les dispositifs d'appui à la création d'entreprise

La prise de conscience du rôle central de l'entrepreneuriat et de l'innovation a mis en lumière la nécessité pour les décideurs politico-administratifs de disposer de leviers d'action

⁵⁸BERNASCONI M, « Création d'entreprises technologiques : un modèle intégrateur en trois temps », Séminaire AIRPME, Maroc, 2003, p. 2.

pour créer ou renforcer les conditions-cadres d'un environnement propice à l'activité entrepreneuriale innovante. Au terme « appui », nous associons souvent les termes support, aide, soutien ou accompagnement. Sur chaque phase du processus de création et de développement des entreprises, il existe des structures et des organismes d'appui qui interviennent avec des outils d'appui spécifiques aux besoins des créateurs et des entreprises (projets d'entreprises). Ces outils définissent généralement les objets de l'organisme ou de la structure d'appui. Il existe plusieurs dispositifs d'appui et d'aide qui ont été développées pour répondre à l'hétérogénéité des besoins des créateurs. Ainsi, plusieurs outils et mécanismes (publics et privés) de soutien ont vu le jour au début des années 60 aux Etats-Unis et au cours des années 70-80 en Europe et, plus récemment, dans quelques pays émergents. En général, la capacité d'une région dans la création d'entreprises innovantes, est liée à un certain nombre de facteurs, parmi lesquels la facilité d'accès des entrepreneurs à une plus grande diversité des sources d'information sur les technologies, les marchés, les concurrents, les clients, les fournisseurs et aux sources de financement. On peut résumer ces dispositifs comme suit :

2.2.2.2.1 - Les réseaux d'accompagnement, conseil et formation

Il y a un éventail de dispositifs destinés à soutenir la création d'entreprises innovantes qui ont pour but de réduire l'asymétrie de l'information, de limiter les risques d'échec des jeunes entrepreneurs. Ce sont des dispositifs d'accompagnement, tels que les incubateurs et les pépinières d'entreprises (souvent installés à l'intérieur des parcs scientifiques), qui ont pour mission de détecter, accueillir et accompagner les projets de création d'entreprises innovantes. Ces établissements fournissent généralement une gamme de services de soutien de base à savoir les infrastructures, bureaux ou espaces de travail partagés ainsi que des programmes de développement des entreprises ciblées, à travers les services de mentorat, des formations, des conseils portant sur différents domaines. En outre, ils sont conçus pour faciliter aux créateurs l'insertion dans un réseau de contact avec les différents acteurs issus des milieux technologiques, économiques (clients, fournisseurs...) et institutionnels (accès à des dispositifs d'aide, de financement...). Ils sont souvent situés à proximité des universités et des instituts de recherche.

2.2.2.2.2 - Les structures d'appui financier

La création d'entreprises innovante et/ou technologique est caractérisée par un besoin de financement tout à fait distinct de la création d'entreprise traditionnelle. Les projets opérant sur des secteurs innovants ou technologiques (nouveau marché) sont condamnés à rechercher

d'autres sources de financement (financement de proximité, capital-risque, investisseurs privés...) que le financement traditionnel. L'appui financier peut se manifester par la participation des acteurs spécifiques tels que :

- **les sociétés d'investissement à capital risque (*Venture Capital*)** : peut être défini comme un apport en fonds propres effectué dans des entreprises non cotées, et destiné à faciliter le lancement, les premiers pas, ou l'expansion d'une entreprise. Il représente une partie de ce qui est plus largement appelé le capital d'investissement, finançant la croissance d'entreprises se trouvant en phase préliminaire ou de démarrage. La contrepartie de l'investissement dans une opération risquée réside dans les perspectives de réalisation d'une importante plus-value lors de la cession des participations à la fin du programme d'investissement. À cet égard, et contrairement au financement par crédit qui laisse tout le risque à l'emprunteur, l'investisseur supporte le risque du projet. Dans ce contexte, il est également incité à s'informer d'une part, afin de disposer des connaissances sur le métier et l'entreprise nécessaire à la sélection des dossiers en amont. D'autre part, le capital-risque tend traditionnellement à accompagner, conseiller et orienter la stratégie de l'entreprise, afin d'en limiter les faux pas souvent fréquents et parfois fatals en phase de naissance de l'entreprise⁵⁹.
- **les *business angels* (ou anges⁶⁰ d'affaires)** : personne physique qui investit une partie de son patrimoine personnel directement dans une entreprise souvent en phase d'amorçage. Elle met fréquemment à la disposition de l'entrepreneur ses compétences, son expérience et son réseau relationnel. Le *business angel* se caractérise pour un fort degré d'investissement ainsi que par la maîtrise de compétences importantes. Il peut apporter à la fois des connaissances et des savoir-faire aux entreprises dans lesquelles il investit. Son rôle est crucial car il apporte compétence, accompagnement et financement⁶¹. Grâce à sa capacité de réactivité et sa faible aversion aux risques, le *business angel* est un acteur incontournable du financement initial des jeunes entreprises à fort potentiel de croissance. Beaucoup de « *business angels* » sont aussi

⁵⁹Commission européenne, « Le capital d'investissement : clé de la création d'emplois », Supplément A, « Analyses économiques », n° 12, décembre 1999.

⁶⁰ Ces investisseurs privés (ou informels) s'appellent des anges parce qu'ils sont perçus par beaucoup, comme des personnes qui sauvent de jeunes entreprises en lutte avec des problèmes de financement en apportant des fonds et un savoir-faire quand personne d'autre ne veut prendre le risque d'investir et de s'impliquer.

⁶¹ CERTHOUX Gilles, « Relation Entrepreneur - Business Angel et création de valeur : l'exemple du cas ATE », 5^{ème} Congrès International de l'Académie de l'Entrepreneuriat, p. 3-4.

entrepreneurs eux-mêmes, qui sont passés par toutes les étapes de la création et du développement d'une entreprise, et ils savent, par expérience, l'importance d'un financement d'amorçage pour une jeune pousse⁶².

Section 3 : Les parcs scientifiques et technologiques : un mécanisme de soutien à l'innovation

Dans l'économie mondiale d'aujourd'hui, il est vital pour les nations et les régions au sein des nations à développer, maintenir et soutenir leur compétitivité. Un facteur important à cet égard est le développement de produits et services innovants, qui à son tour dépend étroitement de l'efficacité du transfert de technologie des institutions universitaires et de recherche dans le milieu des affaires.

L'innovation n'est plus comme par le passé le fait d'une entreprise unique. Elle requiert de plus en plus la coopération de nombreux acteurs, non seulement des entreprises mais aussi des centres de recherche et des universités. Un parc scientifique et technologique se compose d'une infrastructure de soutien pour la création et le développement des entreprises fondées sur le savoir, installé à proximité d'un centre d'excellence technologique, une université ou un institut de recherche.

3.1 - Définition de parcs scientifiques et technologiques

Selon l'Association Internationale des Parcs Scientifiques (IASP – *International Association of Science Parks*⁶³), « un parc scientifique est un organisme géré par des spécialistes et dont le but principal consiste à accroître la richesse de sa communauté par la promotion de la culture de l'innovation ainsi que de la compétitivité de ses entreprises et institutions fondées sur le savoir qui y sont associées ou implantée. Pour ce faire, un parc scientifique doit stimuler et gérer le transfert des connaissances et technologies parmi les universités, les institutions de R&D, les entreprises et les marchés, faciliter la création et la croissance des compagnies axées sur l'innovation au moyen d'incubateurs ou pépinières d'entreprises et de l'essaimage, et offrir d'autres services à valeur ajoutée de même que des espaces et des installations de haute qualité⁶⁴ ».

⁶²<http://www.franceangels.org/> dernière consultation le 25/07/15.

⁶³Fondée en 1984 à Sophia Antipolis, elle est le réseau mondial deS parcs scientifiques. Elle regroupe aujourd'hui 388 parcs scientifiques de 69 pays. Dans <http://www.sophia-antipolis.org>, dernière consultation le 29/10/2015.

⁶⁴ ROWE David N. E., « *Setting up, managing and evaluating EU science and technology parks, An advice and guidance report on good practice* », Publications Office of the European Union, Luxembourg, 2014, p. 32.

Selon l'IASP, la définition du "Parc scientifique" englobe d'autres termes et expressions tels que "Parc technologique", "Technopole", "Parc de recherche", etc. Bien qu'il existe certaines différences entre ces expressions, tous les projets auxquels ces termes font référence partagent beaucoup d'objectifs et d'éléments, utilisent la même méthodologie et, par conséquent, sont tous inclus dans cette définition.

En résumé, un parc scientifique et technologique est :

- une initiative pour la création et la croissance des entreprises axées sur la technologie ;
- formellement et opérationnellement lié à au moins un centre d'expertise technologique ;
- une organisation, qui fournit un soutien de gestion pour ses entreprises locataires.

Ces initiatives peuvent varier considérablement, même au sein d'un pays. Il n'est donc pas question d'une définition rigide ou d'un modèle unique appliqué à travers le monde. Ses objectifs, sa localisation, le climat économique et l'expertise locale et les ressources disponibles devraient déterminer les caractéristiques de chaque parc.

3.2-Les objectifs d'un parc scientifique et technologique

Chaque parc scientifique dispose de son propre mélange de priorités et d'objectifs. Cependant, basé sur une étude de 40 parcs scientifiques en Europe⁶⁵, une étude a révélé que la plupart des parcs comprenait les éléments suivants parmi leurs objectifs :

- Faciliter l'interaction entre les entreprises, les universités et centres de recherche ;
- Fournir un environnement favorable pour le développement des entreprises locales ;
- Aider à promouvoir une image plus moderne et plus dynamique de la région ;
- Favoriser le démarrage et/ou de la phase de croissance rapide de nouvelles entreprises basées sur la technologie ;
- Attirer les entreprises existantes, en particulier à partir de l'extérieur de la région, de mettre en place des activités de recherche et de développement à forte intensité dans le parc (pas applicable à certains parcs scientifiques qui sont essentiellement des centres d'innovation visant seulement au développement de nouvelles entreprises basées sur la haute technologie) ;
- Faciliter le transfert de technologie entre les organisations dans le parc, en particulier auprès des universités ou des centres de recherche aux entreprises ;

⁶⁵United Nation Conference on Trade and Development, « Policies to promote collaboration in science, technology and innovation for development: The role of science, technology and innovation parks », Trade and Development Board Investment, Enterprise and Development Commission, Geneva, April 2015, p. 6-7.

- Contribuer au développement économique de la région.

Pour pouvoir atteindre ses objectifs, un parc scientifique et technologique, dans sa forme complète, devrait être doté :

- a) d'un secteur dédié à l'université participant à l'étude du champ spécifique ;
- b) de centres de recherche : où les idées sont développées dans des prototypes et les fabricants possibles sont identifiés ;
- c) d'un incubateur-Centre d'innovation : qui est un établissement abritant un partenariat entre l'innovateur et le fabricant, où le prototype est développé en un produit commercialisable. Le Centre est entièrement équipé à la fois techniquement et en termes de soutien de bureau ;
- d) d'un centre d'affaires : qui est une installation de type bureau, dédié à ceux qui ont passé la période incubation et ont des produits d'une assez petite échelle ;
- e) d'un centre pour les industries auxiliaires : qui est un espace industriel, utilisé pour l'assemblage et l'emballage des produits plus grands à l'échelle ;
- f) de emplacements aménagés ou usines préconstruits : qui pourrait être loué ou vendu à des entreprises qui décident de rester dans le PST sur une base permanente. Ceci conclut la phase finale du développement où la société devient indépendant, mais bénéficie toujours des équipements et l'emplacement de la PST ;
- g) de centres technologiques : qui traitent uniquement avec les tests de produits. Un partenariat peut utiliser cette facilité à tout stade de développement du produit pour déterminer ses propriétés, telles que la force, la qualité, la composition, etc. ;
- h) d'un centre de formation pour le personnel : qui est dédiée à la formation continue du personnel qui travaillent ou ont l'intention de travailler dans le PST.

3.3 - Typologie des parcs scientifiques et technologiques

Les PST peuvent être classés principalement selon leur type de localisation. Cependant, indépendamment de ce critère, un PST peut être public, privé ou mixte (selon la forme de propriété) ou du type généraliste ou spécialisé (typologie selon leur priorité/spécialisation).

3.3.1 - Typologie selon leur localisation

On distingue trois types de parc scientifique et technologiques selon leur mode de localisation⁶⁶.

3.3.1.1 - Le type urbain

Ce type est densément développé dans le cadre du tissu urbain des villes et qui est généralement à côté d'une université ou centre de recherche. Ce type de parc scientifique et technologique résulte de la nécessité d'être très proche d'un établissement existant et du manque d'espace dans un quartier existant.

3.3.1.2 - Le type périurbain

Ce type a une disposition plus souple et est organisé d'une manière qui facilite l'interaction entre l'éducation, la recherche et le développement technologique. Ce type de PST on les trouve habituellement sur la périphérie des villes, combine des zones bâties avec des espaces verts et l'aménagement paysager.

3.3.1.3 - Le type vert

Il ressemble à un véritable parc, il est constitué de groupes de bâtiments intégrés dans de grands espaces verts existants. Les PST de ce type ne sont pas nombreux, et exploitent généralement l'espace qui se trouve dans la campagne. En raison de leur éloignement des zones urbaines, ils sont équipés, presque toujours, avec une gamme complète d'équipements.

Selon une enquête menée par l'Association Internationale des Parcs Scientifiques (IASP)⁶⁷, parmi ses membres (qui animent des parcs dans le monde entier), quatre-vingt-huit pourcent des parcs scientifiques sondés ont des installations ou des programmes d'incubation,

⁶⁶KLOKKARIS Ermis, « *Description of different of type of sciences/technology parks and their physical planning requirements* », *Establishment of a science/technology park in Cyprus, ministry of interior*, 2004, p. 07-17.

⁶⁷ « Améliorer les performances innovatrices des entreprises », moyens d'action et instrument pratiques, office des Nations Unies, Genève, 2009.

quarante-six pour cent ont une ou plusieurs pépinières gérées en interne et neuf pour cent déclarent que l'incubation d'entreprise est leur activité principale.

D'une manière générale on peut dire que les PST sont des instruments de développement économique basés sur la valorisation du potentiel innovateur d'une région déterminée. Cette valorisation se traduit par la création de synergie où naissent des entreprises nouvelles et innovantes et aussi le développement technologique des entreprises existantes. Les solutions immobilières qu'ils proposent sont appréciées de leurs entreprises locataires dont les performances commerciales sembleraient être supérieures à celles d'entreprises similaires installées ailleurs.

Conclusion

L'innovation est un véritable vecteur de croissance et c'est aussi un levier de la puissance économique et du développement commercial futur des entreprises. La création d'une entreprise innovante et technologique n'est pas une tâche facile, les capacités de l'entrepreneur et de l'entreprise à réussir le processus d'innovation sont souvent mises à l'épreuve.

La politique d'innovation consiste alors à positionner l'entreprise et les entrepreneurs innovateurs dans un environnement qui met à la disposition de ces derniers toutes les connaissances et compétences leur permettant d'innover. Destinée à accueillir des entreprises dynamiques utilisant des nouvelles technologies et soutenir la création et le développement d'entreprises innovantes, les parcs scientifiques et technologiques jouent un rôle très important dans la valorisation et la promotion de l'innovation dans une région. Ce type de mécanisme aspire la création de synergies entre les différents acteurs du processus d'innovation à savoir les universités et centres de recherche, les entreprises, les structures d'accompagnement et les institutions de financement.

Chapitre III

Le phénomène d'incubation : des concepts aux processus

Introduction

La littérature scientifique consacrée à l'entrepreneuriat s'est fortement développée et institutionnalisée ces dernières années, s'accompagnant de la création de revues, d'associations, ainsi que d'une académie et de réseaux d'étude. Les travaux de qualité se sont par conséquent multipliés, qui mettent l'accent sur le processus de création, sur les traits de l'entrepreneur mais aussi sur les réseaux d'aide à la création d'entreprise. Les fondamentaux de l'esprit d'entreprendre commencent quand une idée est née et des efforts sont faits pour mûrir cette initiative dans un projet d'entreprise réussi. Malheureusement, de nombreux potentiels entrepreneurs ne possèdent pas les compétences en affaires nécessaires pour lancer une nouvelle entreprise avec succès. En plus des barrières à l'entrée qui sont souvent très élevées, les entrepreneurs se déparent devant plusieurs autres difficultés lors de la création leurs entreprises, qui rendent cette tâche encore plus difficile et se traduit par un taux élevé d'échec et la disparition d'un nombre significatif de nouvelles entreprises avant même qu'elles atteignent ces 5 premières années d'exercice. Face à ces enjeux, des systèmes d'accompagnement et d'appui à la création d'entreprises se sont progressivement développés. Les incubateurs d'entreprises s'insèrent dans ce contexte d'accompagnement des créateurs, principalement dans le domaine de création d'entreprises innovantes et technologiques.

Ce chapitre est réservé à l'étude des structures d'incubation et à la compréhension du processus d'incubation.

Section 1 : Concepts de base sur les incubateurs

Il est généralement reconnu que seulement quelques entreprises survivent leurs premières années, en particulier ceux concernant les projets et les idées qui ont un degré élevé d'incertitude quant à leurs réussites. Des barrières à l'entrée élevées, le problème de gestion et de la concurrence mondiale intense sont souvent identifiés comme la raison générale de l'échec de l'entreprise⁶⁸. Les incubateurs sont des structures fournissant l'assistance qui remplit les lacunes en terme de connaissances, réduit les coûts opérationnels à un stade précoce comme le loyer et les frais de service, et établit des entrepreneurs dans un réseau de soutien d'entreprises locales. En particulier, ils fournissent une assistance pratique de gestion, l'accès au financement, les services de bureaux partagés, l'accès aux équipements, etc.

1.1 - L'origine des incubateurs

Le concept est apparu aux Etats-Unis avec la création de « *The Batavia Industrial Centre* », le premier incubateur, un centre privé à but lucratif, fondé en 1959 à Batavia, New York⁶⁹. De ces humbles débuts, l'industrie de l'incubateur a mûri pour devenir un outil international de développement économique. Dans les années 1970, le concept d'incubateur d'entreprise s'est propagé à la Silicon Valley (EUA) comme un outil économique pour soutenir le démarrage et la croissance de la technologie universitaires basé en « spin-off ». Mais, ce ne fut que dans les années 1980 que les incubateurs d'entreprises sont devenus un phénomène très répandu, d'abord aux États-Unis et en Europe, puis dans les pays d'Asie et d'Amérique latine⁷⁰.

L'«incubation» est probablement plus connue dans les hôpitaux et les maternités comme une procédure pour les enfants prématurés. Les embryons qui ne sont pas en condition de résister ou de vivre dans un environnement normal, de la même manière qu'un enfant normale en bonne santé serait, sont placés dans des incubateurs jusqu'à ce qu'ils deviennent capables de vivre de leur propre moyen. L'incubateur simule un environnement et surveille les systèmes de vie afin que l'enfant arrive à un stade où il peut être nourri et élevé comme un enfant normal. Cependant, le concept d'incubateur a évolué vers d'autres domaines et disciplines. Afin de comprendre le concept d'un incubateur d'entreprises, nous devrions établir

⁶⁸TRIANTAFYLLOPOULOU Christina, « *Business Incubators: From Theory to Practice* », travail présenté en vue d'obtention du diplôme de Master de la science économique et en affaires et stratégie, Université de Pirée, Grèce, 2006, p. 9.

⁶⁹<http://www.batavianewyork.com/>, dernière consultation le 30/06/2015.

⁷⁰DA SILVA F. Q. B., « *Incubation in Science Parks* » UNESCO-IASP Pre-conference Workshop on « *Fundamentals of Science Park Management* », Johannesburg, South Africa, 14th September 2008, p. 2.

une corrélation entre le rapprochement ci-dessus avec d'autres termes, simplement en considérant l'enfant prématuré comme une nouvelle petite entreprise et l'incubateur médicale comme un environnement protégé pour les jeunes entreprises en croissance. Ainsi, les incubateurs nourrissent les jeunes entreprises, les aidants à survivre et se développer pendant la période de démarrage période à laquelle elles sont le plus vulnérables.

1.2 - Définition d'incubateur et d'incubation

Il n'y a pas de définition universellement acceptée en ce que concerne les incubateurs ou le processus d'incubation. Plusieurs tentatives pour définir ces derniers ont été mises en avant par les chercheurs et les praticiens. Les incubateurs sont principalement des organisations fondées sur la propriété avec la mission de développement de l'entreprise en utilisant l'agglomération de connaissances et le partage des ressources. Les pratiquants vantent souvent que les avantages des incubateurs soient multiples et à plusieurs niveaux : le développement régional, la création d'emplois et de la richesse, et la promotion de l'esprit d'entreprise en font partie.

Pour Moreira António et Carvalho Marta⁷¹, les incubateurs d'entreprises sont des mécanismes qui stimulent la création et le développement de nouvelles micro et petites entreprises (entreprises technologiques, les entreprises manufacturières, les entreprises de services ou d'entreprises agricoles). En fournissant la formation complémentaire aux jeunes entrepreneurs, à la fois dans les aspects techniques et de gestion de la nouvelle entreprise, les incubateurs d'entreprises facilitent et accélèrent le processus de l'innovation ainsi que la transformation économique et régional.

Selon la NBIA⁷² (*National Business Incubation Association*), « l'incubation d'entreprises est un processus dynamique de développement des entreprises. Les incubateurs nourrissent les jeunes entreprises les aidants à survivre et à se développer pendant la période de démarrage, moment où elles sont les plus vulnérables. Il les offre une assistance pratique de gestion, l'accès au financement et l'exposition orchestrée aux affaires critiques ou services de soutien

⁷¹MOREIRA António C. et CARVALHO Marta F. S., « *Incubation of New Ideas: Extending Incubation Models to Less-Favored Regions* », *Entrepreneurship - Creativity and Innovative Business Models*, Published online 29, February 2012, p. 42.

⁷² Créée aux États-Unis en 1985, elle est la première organisation mondiale dans le domaine d'incubation d'entreprise et elle devenu, en Septembre 2015, l'INBIA (International Business Innovation Association) avec des membres à travers plus de 60 pays. Dans www.inbia.org dernière consultation le 29/10/2015.

technique. Ils offrent également aux entreprises entrepreneuriales services partagés de bureau, l'accès aux équipements, baux flexibles et un espace extensible - le tout sous un même toit »⁷³.

L'UKBI (*United Kingdom Business Incubation*⁷⁴) à son tour définit l'incubateur d'entreprise comme étant, généralement, une propriété avec des petites unités de travail qui fournissent un environnement instructive et favorable aux entrepreneurs au démarrage et pendant les premières années de vie de l'entreprise⁷⁵. Pour l'UKBI, l'incubation d'entreprise est aussi un processus dynamique de développement des entreprises. Ce terme couvre une grande variété de processus qui aident à réduire le taux d'échec d'entreprises à un stade de vie précoce, et d'accélérer la croissance des entreprises qui ont le potentiel de devenir des générateurs importants de l'emploi et de la richesse. Les incubateurs offrent trois principaux ingrédients pour la croissance des entreprises prospères : un environnement entrepreneurial et d'apprentissage, un accès facile à des mentors et aux investisseurs et la visibilité sur le marché.

Malgré les multiples définitions, il reste évident que les incubateurs d'entreprises sont des structures nourrissant des jeunes entreprises qui, sont aidées à survivre et à croître pendant les périodes d'incertitude, en particulier pendant la phase de démarrage. Ils sont conçus pour remédier aux défaillances inhérentes du marché et sont un outil de développement économique d'une région.

1.3 - Les facteurs de succès des incubateurs⁷⁶

D'après Albert et coll.⁷⁷, les incubateurs à succès atteignent leurs objectifs s'ils répondent aux éléments fondamentaux suivants :

- Il convient de réaliser des études d'opportunité et de faisabilité avant le lancement d'un incubateur. La logique de création d'un incubateur avec des fonds publics est de pallier les insuffisances du marché. Il convient donc, au préalable, de bien identifier celles-ci ;

⁷³European Commission Enterprise Directorate General, « *Benchmarking of Business Incubators* », *Final Report, Centre for Strategy & Evaluation Services (CSES), Belgium, 2002, p. 5.*

⁷⁴ La principale autorité d'incubation d'entreprise au Royaume-Uni, créée depuis 1999. Dans www.ukbi.uk, dernière consultation le 30/06/2015.

⁷⁵UKBI « *Best Practice in Business Incubation: The complete best practice handbook* », *UK Business Incubation Ltd, United Kingdom, 2009, p. 8.*

⁷⁶ Spécifiquement le modèle d'incubateur de développement local.

⁷⁷ALBERT P., BERNASCONI M. et GAYNOR L., « Les incubateurs : émergence d'une nouvelle industrie. Comparaison des acteurs et de leurs stratégies. » Ministère de l'Economie des Finances et de l'Industrie, Paris, 2002, p. 21-22.

- Les incubateurs doivent s'insérer dans un programme plus vaste de développement local. Ils ne doivent pas être des entités isolées, mais contribuer, avec d'autres acteurs, à la promotion de stratégies territoriales plus vastes ;
- Les incubateurs doivent être promus par un partenariat entre les principaux acteurs publics et privés qui interviennent dans l'économie locale ;
- La plus-value réelle apportée aux entreprises dépend de la qualité des services d'appui et de conseil. Selon les auteurs, la qualité de quatre domaines sont indispensables pour mieux satisfaire les entreprises, à savoir : la formation des entrepreneurs, la qualité et l'éventail des conseils aux entrepreneurs, l'accès aux financements, l'appui technologique.
- Les incubateurs doivent s'adresser à un marché d'entrepreneurs et d'entreprises clairement défini afin que les responsables de l'incubateur puissent acquérir des compétences spécifiques qui correspondent le mieux possible aux besoins de ces entreprises.
- Il faut équilibrer la recherche d'un taux d'occupation élevé avec le respect des critères d'admission cohérents.
- Un comportement entrepreneurial et un management de qualité sont indispensables pour le succès d'un incubateur. La qualité de l'incubateur dépend largement de la qualité des réseaux qu'il sait mobiliser, tant pour l'attraction des projets en amont, que pour la mise en relation des entrepreneurs avec les meilleurs partenaires commerciaux, industriels, techniques, institutionnels et d'expertises.
- Les performances d'un incubateur doivent être régulièrement évaluées, mais celles-ci doivent être mesurées davantage en fonction d'objectifs à long terme (impacts sur les entreprises et sur l'économie locale) qu'à partir d'indicateurs à court terme (taux de remplissage, taux d'entreprises en vie, etc.).

Section 2 - Les modèles d'incubateurs

Beaucoup de changements ont eu lieu depuis la création des premiers incubateurs d'entreprises en raison de, d'abord, le rôle qu'ils ont eu dans la création de nouvelles entreprises et, ensuite, les mécanismes pour atteindre le développement technologique dont ils ont eu recours. Initialement, la majorité des incubateurs étaient positionnés, d'une part, comme un outil public pour la création d'emplois, la réhabilitation urbaine et la commercialisation des innovations universitaires et, d'autre part, comme des organismes privés pour l'incubation de

nouvelles entreprises à forte croissance. Au fil du temps les incubateurs ont eu à assumer le rôle de soutenir le développement de start-up avec une large gamme de services. Selon les exigences des marchés actuels et de la nécessité et de la sophistication croissante de l'innovation, les incubateurs doivent être prêts à s'assumer eux-mêmes comme étant les moteurs de l'innovation, ainsi soutenir et nourrir les entrepreneurs potentiels afin de renforcer leur potentiel de croissance et de les doter des outils d'affaires dont ils manquent généralement pour saisir les opportunités actuels ou potentiels⁷⁸. Les incubateurs sont devenus qualifiables selon : leur localisation (rurale, urbaine), leur finalité et objectifs (créer de l'emploi, le profit), leur configuration (résidentiel, virtuel), leurs bailleurs de fonds principaux et leurs promoteurs (publics, corporatifs, universitaires), leur activité dominante, le type de clientèle ciblée (mixte, industrielle, technologique, TIC) et évidemment un amalgame de tous ces critères. Ce qui se résume en fait par l'ajout d'une multitude de caractéristiques à la typologie classique des incubateurs (public, privé et universitaires).

2.1-L'incubateur de développement économique local

Ce type d'incubateur est le plus ancien et le plus courant⁷⁹. Les incubateurs de développement économique local ont une vocation et des orientations nettement plus larges que les autres modèles et sont davantage préoccupés par le développement socioéconomique d'un territoire que par la croissance rapide et très rentable d'une entreprise spécifique. En effet, en tant qu'incubateurs qui ne recherchent pas absolument le profit, ils sont initiés par les acteurs du milieu et leurs fonds sont majoritairement publics ; par ailleurs, ces incubateurs couvrent tant les milieux ruraux que les milieux urbains. Sa composante immobilière implique souvent des investissements publics considérables, parfois soutenus par des programmes nationaux ou locaux pour l'innovation, la création d'emplois et le développement économique.

Leurs services à la base étaient des espaces locatifs et des services administratifs partagés, afin de bénéficier d'économies d'échelles. Par la suite, l'accompagnement s'est adapté aux besoins des clients. Maintenant, le modèle s'est segmenté par clientèle cible, par les services qu'il offre et par le milieu dans lequel il gravite. L'incubateur de développement économique local est celui qui, sur le plan des services, accorde le plus de place et se centre davantage sur l'entrepreneur (coaching, formation, assistance, conseils, etc.).

⁷⁸MOREIRA António C. et CARVALHO Marta F. S., Op. cit., p. 43.

⁷⁹ ALBERT et coll., op. cit., p. 16-18.

2.2 - L'incubateur universitaire ou scientifique

Souvent au cœur des stratégies d'innovation, les incubateurs universitaires sont dédiés aux entreprises de haute technologie. Ayant comme but principal la valorisation des résultats de recherche, ils ont de particulier d'accompagner une clientèle de chercheurs qui n'ont pas «naturellement» les caractéristiques et les compétences typiques des entrepreneurs. Le rôle joué par les universités consiste à relier la recherche, la technologie, les capitaux et le savoir-faire pour exploiter le talent entrepreneurial, accélérer le développement de nouvelles entreprises axées sur la technologie, et d'accélérer la commercialisation de la technologie. Cet accompagnement demande donc une attention plus particulière à l'entrepreneur derrière le projet, étant donné qu'il détient en lui la valeur de l'entreprise. Ces structures sont souvent des pré-incubateurs d'entreprises, donc ils interviennent dans une phase de développement de l'idée de projet. L'utilisation des locaux et laboratoires d'une institution comme l'université, offre des outils hautement technologiques et des équipements spécialisés. Il serait pratiquement impossible pour de nouvelles entreprises d'arriver à se payer ce type d'équipement, ce qui devient un incitatif majeur à intégrer ces structures⁸⁰.

2.3 - L'incubateur propriété d'une firme

Les incubateurs à l'intérieur de grandes firmes peuvent viser différents objectifs. Souvent utilisés pour développer l'esprit d'entreprise de leurs employés, ils peuvent permettre à une grande entreprise de garder sous sa tutelle des employés de grand talent qui souhaitent démarrer une entreprise qui serait utile à l'entreprise mère⁸¹. Il existe donc des structures connexes afin de conserver ces talents à l'interne tout en leur laissant la latitude désirée pour développer un projet qui leur est cher. Ce concept est aussi connu sous l'appellation d'essaimage qui concerne la création de nouvelles entreprises par des salariés, soutenus par leur employeur.

Par ailleurs, les grandes entreprises doivent rester à l'affût d'innovations de technologies ou d'activités nouvelles pouvant provenir d'entreprises émergentes ou de secteurs extérieurs à leur domaine. Pour cela, la veille stratégique est devenue permanente et s'accompagne de l'acquisition croissante de technologies (acquisition de brevets, joint-venture, prises de

⁸⁰ MARCIL Frédéric, « Incuber l'entrepreneur pour développer l'économie locale : l'expérience LaCERE à Acton Vale », mémoire présenté pour l'obtention de la maîtrise en administration des affaires, Université du Québec à Trois-Rivières, 2013, p. 37.

⁸¹ ALBERT et coll., op. cit., p. 48-58.

participation ou rachats d'entreprises). Parmi les formes que peuvent prendre ces relations pour acquérir des technologies, on trouve particulièrement :

- les alliances stratégiques de recherche avec des entreprises concurrentes ou non, la participation à des réseaux d'innovation, dont certains sont informels ;
- le capital-risque d'entreprise, (*corporate venturing*⁸²), investissements minoritaires dans des start-ups ;
- l'association à des incubateurs extérieurs.

Le rôle de ce type incubateur est donc de devenir un lieu focal et transitoire pour développer des innovations. Si elles émergent, ces innovations seront alors intégrées à l'intérieur de l'entreprise, ou développées dans des unités semi-autonomes ou revendues à l'extérieur.

2.4 - Les incubateurs virtuels

Ils sont considérés comme la «deuxième génération» des incubateurs, qui n'offrent pas de locaux, mais plutôt de l'accompagnement complet à l'entreprise. Ils sont souvent hébergés par une université ou un centre de recherche, et sont caractérisés par leur capacité à fonctionner à la fois au sein et à l'extérieur des murs⁸³. Elle offre un soutien au sujet du financement, du marketing, de la gestion en général et un soutien technologique, le tout connecté à un accès aux réseaux d'affaires. Ils génèrent habituellement des externalités entre entreprises liées par des réseaux informatiques et de télécommunications. La plupart des incubateurs virtuels sont axées sur la technologie, et visent à transformer la recherche en produits commercialisables. L'offre de pré-incubation et des services d'incubation post sont considérés comme une évolution naturelle de ce modèle.

Bien qu'il y ait un éventail assez grand de possibilités pour les modèles d'incubateurs d'entreprises, il est généralement convenu que tout incubateur doit avoir au moins quatre principales caractéristiques⁸⁴:

- Un processus de sélection et un critère d'entrée pour définir si les entreprises sont ou pas qualifiées pour recevoir le soutien de l'incubateur d'entreprises ;
- Une équipe de gestion concernée avec les processus de gestion globale de l'incubateur, y compris les services et les ressources offerts aux entreprises clientes ;

⁸² Fonds d'investissement d'un grand groupe crée dans une perspective d'innovation et de veille technologique.

⁸³ MARCIL Frédéric, op. cit., p. 39.

⁸⁴DA SILVA F. Q. B., Op. cit., p. 4.

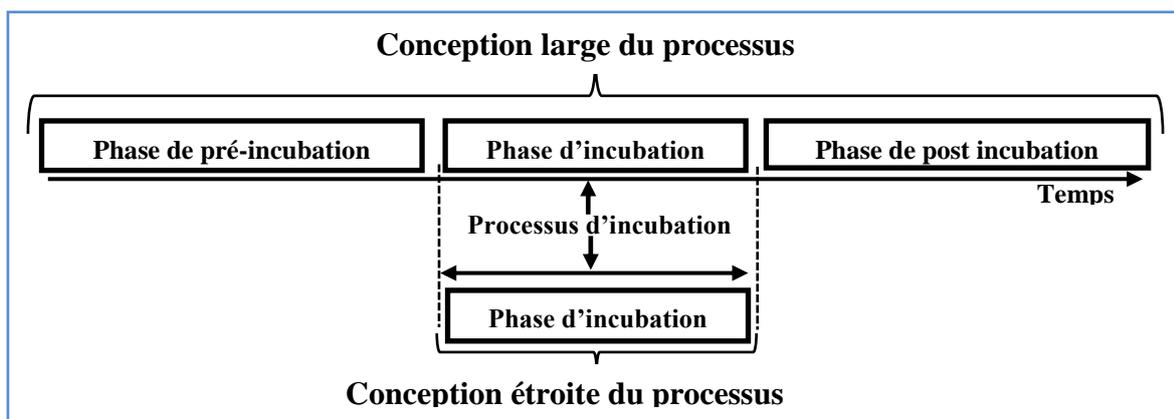
- Un processus d'évaluation et d'un critère de sortie pour mesurer le développement des entreprises et définir le moment où l'entreprise incubée est suffisamment mûr pour quitter l'incubateur ;
- Un processus de la performance de l'incubateur définie en termes d'indicateurs d'impact pertinents tels que les taux de survie, des emplois nets créés par des entreprises, des impacts économiques locaux et régionaux, etc.

Section 3 : Le processus d'incubation

Masmoudi Raef, dans son travail de recherche⁸⁵, a affirmé qu'il n'existait pas un processus universel d'incubation. Chaque structure d'incubation admet sa propre logique d'intervention et son propre processus d'incubation. Toutefois, il a distingué deux conceptions du processus d'incubation : une conception large et une conception étroite. Dans sa conception large, l'incubation est un processus continu qui s'étale sur une durée variable de quelques mois à quelques années. Il se résume en trois étapes avec une phase initiale de pré incubation, une phase d'incubation et une phase de post incubation. La conception étroite du processus d'incubation concerne uniquement la phase d'incubation même des porteurs de projets. La durée du processus dépend donc largement de la maturité des projets d'entreprises incubés. Le processus d'incubation dans sa conception étroite correspond à la phase d'incubation dans la conception large du processus d'incubation.

Dans ce travail on va s'intéresser plus spécifiquement à la conception large du processus d'incubation. Ces conceptions peuvent être mieux comprises en analysant la figure suivante :

Figure 1 : Les deux conceptions du processus d'incubation.



Source : MASMOUDI Mohamed R., « Etude exploratoire des processus et modèles d'incubation en entrepreneuriat : cas des pépinières tunisiennes », *Business administration*, Université du Sud Toulon Var, France, 2007, p. 118.

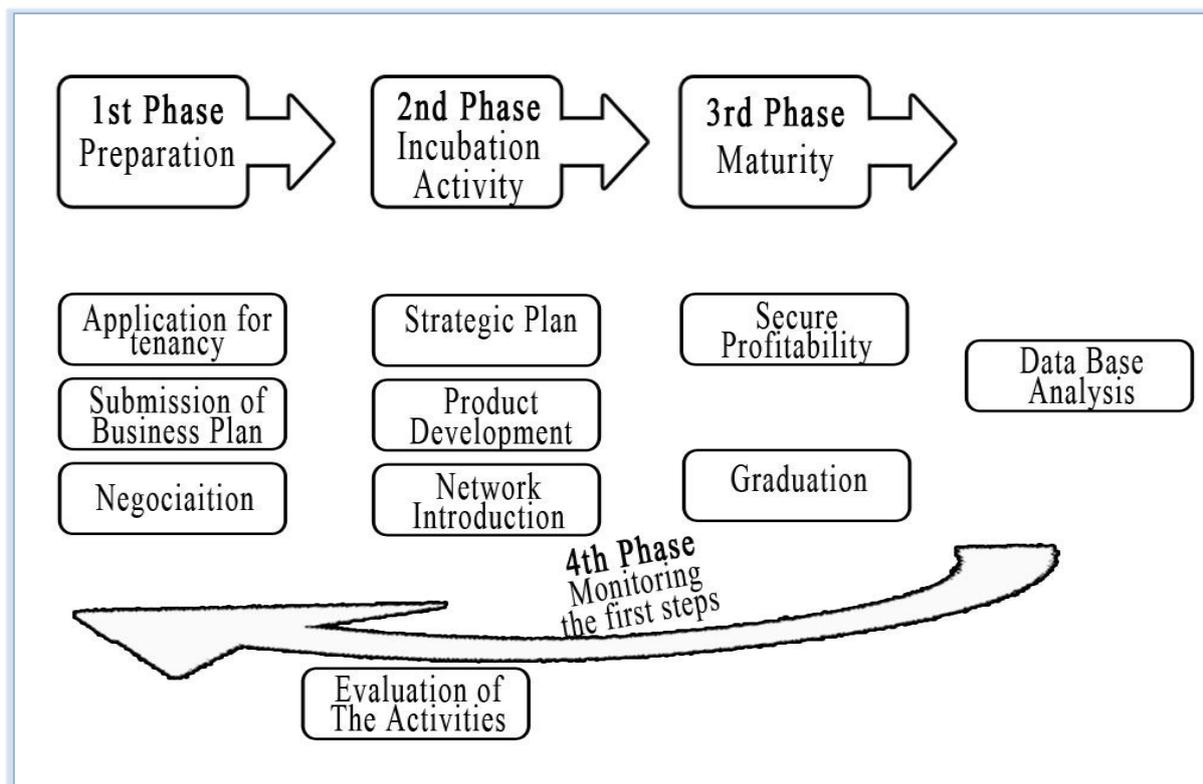
⁸⁵MASMOUDI Mohamed R., op. cit., p. 117-120.

Chapitre III : Le phénomène d'incubation : des concepts aux processus

Le processus d'incubation est une pratique qui s'adapte aux situations d'incubation. Il n'existe pas réellement un standard ou une norme sur laquelle les organismes d'incubation s'appuient c'est pourquoi on présentera quelques différents exemples des processus d'incubations et on se concentrera dans la seconde partie du travail sur le processus appliqué dans l'incubateur dont porte notre étude.

Notre premier exemple est celui défini par Triantafyllopoulou Christina (figure 2). Elle affirme que, en général, un processus d'incubation complet passe par, trois étapes au minimum et onze au maximum. La procédure commune est que, une fois l'idée formée, les entrepreneurs décident de rejoindre un incubateur, puis l'incubateur commencent à jouer son rôle en aidant les petites entreprises à atteindre leur maturité. Par conséquent, nous pouvons identifier quatre phases dans cette procédure. Chaque phase se compose de différentes étapes, allant de la préparation du plan d'affaires⁸⁶, à la surveillance des premières étapes de chaque société graduée. La figure ci-dessous présente le modèle intégré sous forme schématique :

Figure 2 : Processus d'incubation (Triantafyllopoulou Christina)

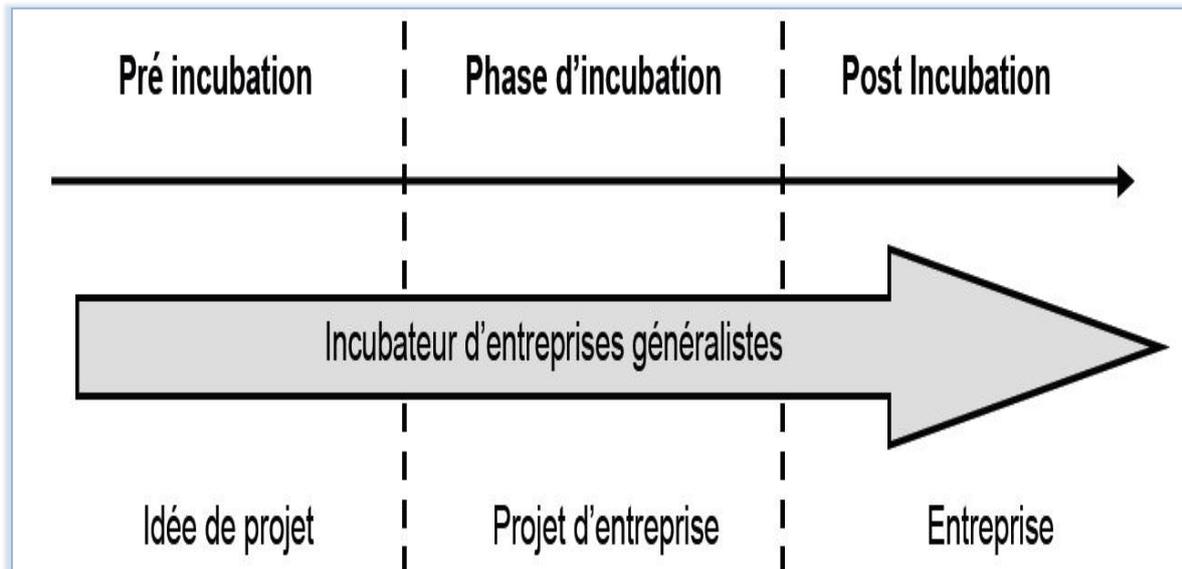


Source : TRIANTAFYLLOPOULOU Christina, « *Business Incubators : From Theory to Practice* », travail présenté en vue d'obtention du diplôme de Master de la science économique et en affaires et stratégie, Université de Pirée, Grèce, 2006.p. 49.

⁸⁶ Le plan d'affaires (business plan) est le document essentiel au démarrage, à la mise en place et à la gestion d'une activité économique réussie, il est aussi un outil efficace pour la levée de fonds nécessaires et pour attirer l'attention des investisseurs. C'est un document qui définit de façon claire et concise les buts et objectifs d'une activité, esquissant les méthodes utilisées pour atteindre ces objectifs.

Notre deuxième exemple est celui présenté par Masmoudi Raef. Ce processus (pratiqué par la pépinière de projets d'Al Gazala⁸⁷) va de l'encontre au modèle d'incubateur polyvalent⁸⁸ (figure 3), où l'incubateur intervient d'amont en aval du processus d'incubation, en proposant une chaîne complète d'appui.

Figure 3 : Modèle d'un incubateur généraliste



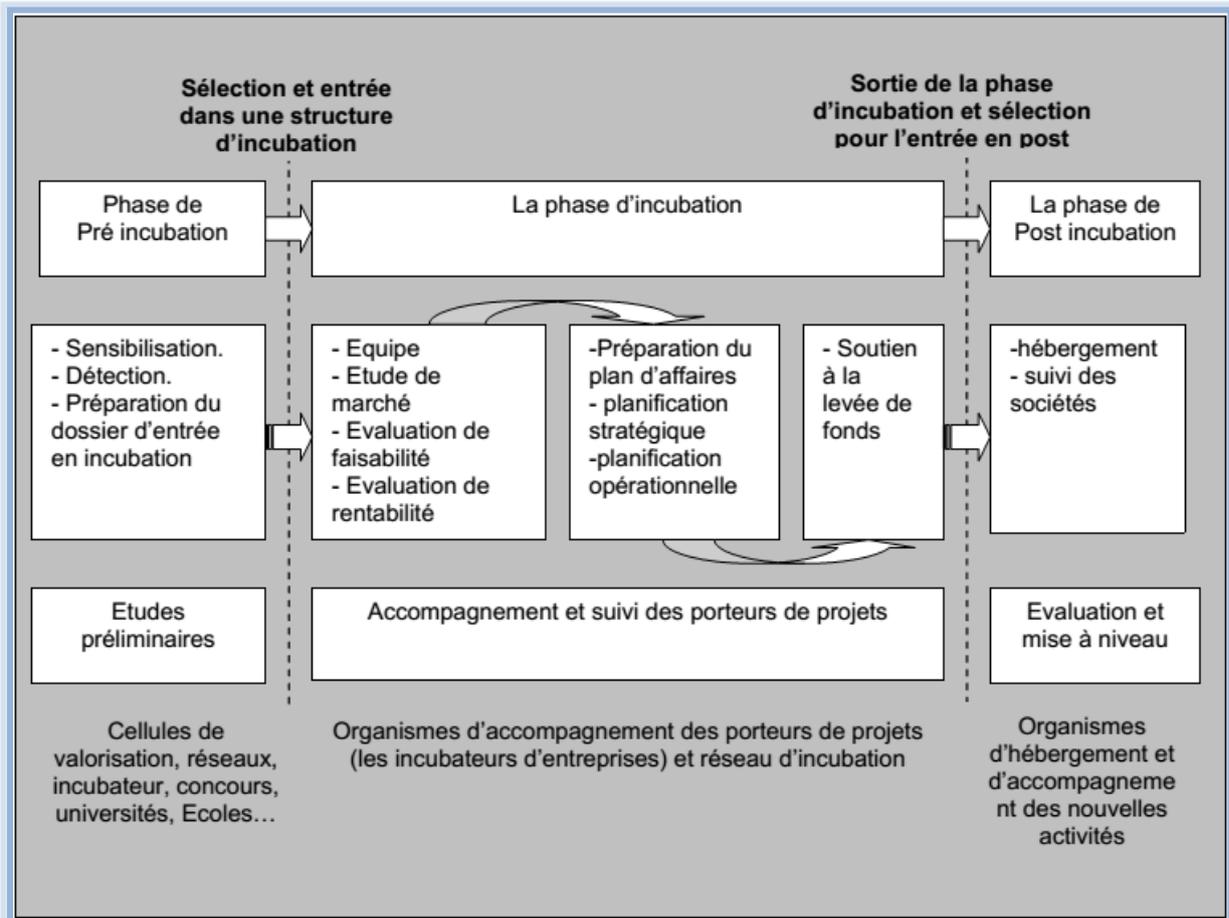
Source : MASMOUDI Mohamed R., « Etude exploratoire des processus et modèles d'incubation en entrepreneuriat : cas des pépinières tunisiennes », *Business administration*, Université du Sud Toulon Var, France, 2007, p. 155.

Ainsi, ce dernier est organisé en trois grandes étapes (figure 4) à savoir : la phase d'identification, d'évaluation et de sélection des porteurs de projets (phase de pré incubation), assuré par la incubateur ou de par des organismes auxiliaires chargées de la sensibilisation et détection des idées ; la phase d'assistance aux porteurs de projets (phase d'incubation) à travers l'accompagnement et le suivi des porteurs de projets sélectionnés par le transfert de connaissances et compétences nécessaires. La dernière est celle de la post incubation, qui s'agit d'une surveillance de la société nouvellement créée.

⁸⁷ Pépinière de projets située dans le technoparc d'ELGAZALA (Tunis, Tunisie) spécialisé dans le domaine des Technologies de l'Information et Communication

⁸⁸ MASMOUDI Mohamed R., op. cit., p. 154.

Figure 4 : Le processus d'incubation



Source : MASMOUDI Mohamed R., « Etude exploratoire des processus et modèles d'incubation en entrepreneuriat : cas des pépinières tunisiennes », *Business administration*, Université du Sud Toulon Var, France, 2007, p. 120.

3.1 - La Sélection

La fonction du processus de sélection de l'entreprise est de choisir, parmi les entreprises candidates, celles avec le plus grand potentiel de réussite. Ceci est un processus complexe, parce que la notion de succès est une valeur relative. Chaque incubateur a ses propres critères, qui découlent des décisions prises lors de la modélisation et de la planification de l'incubateur. Le processus de sélection de l'entreprise doit être compatible avec l'environnement interne et externe de l'incubateur.

3.1.1 - Les critères de sélection

Le choix des critères de sélection doit prendre dûment en considération les caractéristiques de l'incubateur et le système d'évaluation des performances. Les aspects suivants sont pris en compte :

3.1.1.1 - Le stade des entreprises

Une définition claire de quel stade une entreprise sera acceptée dans l'incubateur.

3.1.1.2 - Les objectifs de l'incubateur

L'objectif de l'incubateur (par exemple, les prestations publiques comme la création d'emplois, ou des prestations privées comme but lucratif) influenceront sur les critères de sélection. Incubateurs à but lucratif, par exemple, favorisent les entreprises avec une plus grande probabilité de générer des rendements financiers. Pour incubateurs à but non lucratif, les résultats sociaux de l'entreprise peuvent être plus importants.

3.1.1.3 - Secteur d'activité de l'entreprise

Ce critère s'aligne normalement, avec le type d'entreprise. Ceci est évalué dans les premiers stades du processus de sélection. Si l'incubateur soutient les entreprises axées sur la technologie, par exemple, des applications qui ne sont pas en ligne avec cette orientation doivent être rejetés.

3.1.1.4 - Les partenaires Incubateur

Les entreprises choisies doivent avoir une vision similaire aux partenaires de l'incubateur.

3.1.1.5 - Caractéristiques de l'entreprise

Les critères définis doivent permettre d'évaluer :

- La faisabilité de l'entreprise : une évaluation importante incluant l'analyse de la faisabilité économique-financière, la faisabilité technique, le degré d'innovation et la capacité de l'équipe ;
- Impact sur la société : les entreprises incubées doivent contribuer à l'amélioration de la société dans son ensemble ;
- Impacts technologiques : évaluation de la contribution de l'entreprise en termes de mise à jour de technologies utilisées par des sociétés/communautés ;
- Impacts économiques : l'évaluation de la contribution de l'entreprise au développement de la région/pays dans lequel il se trouve. Par exemple, il y aura la

création d'emplois ? Quel est le niveau de revenu annuel potentiel ? Quel est le potentiel d'exportation ? Quel est le potentiel pour générer des impôts ?

- Les impacts environnementaux : une observation pourrait être faite de tout impact sur l'environnement au détriment des processus, des produits et/ou des sous-produits de la nouvelle entreprise.

3.2 La phase de pré-incubation

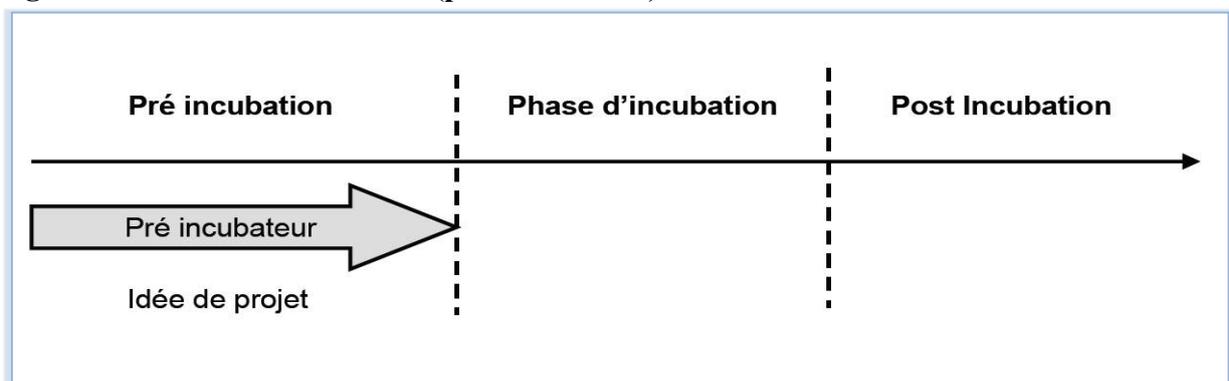
La pré-incubation est le terme utilisé pour décrire les services de soutien aux entrepreneurs potentiels avant de se lancer dans un projet de création d'entreprise. En amont du processus de création, les organismes de sensibilisation, telles que, les pré-incubateurs, les maisons de l'entrepreneuriat, les universités, les instituts, les grandes écoles de management, les écoles d'ingénieurs, etc., jouent un rôle important dans la détection des projets. Dans cette phase, ces organismes utilisent différents moyens de sensibilisation tels que les appels à projets, la participation à des manifestations régionales, l'organisation de séminaires et de concours d'aide à la création d'entreprises. L'objectif des actions de sensibilisation est de préserver et stimuler les facultés de créativité et d'initiative et d'informer la population sur la carrière d'entrepreneur. Ces services peuvent comprendre l'identification proactive des futurs entrepreneurs, les aidants à développer un plan d'affaires, de la formation et des conseils sur la formation d'une société.

La pré-incubation permet de passer de l'idée à la définition d'un projet suffisamment élaboré pour attirer des investisseurs. Cette phase correspond à une préparation à l'entrée dans un incubateur ou dans la phase d'incubation. Grâce à ce processus, le porteur d'une idée se transforme, grâce à un dialogue professionnel avec des tiers, en un porteur de projet assorti d'un programme de travail précis qui sera réalisé dans les étapes suivantes. Cette phase porte sur une préparation initiale des éléments qui doivent être développés dans la phase d'incubation. Ainsi, dans cette conception étroite, à la fin de la phase de pré incubation, l'incubateur ou l'organisme de pré incubation et le porteur de projet, préparent ensemble le dossier d'entrée en incubation qui sera évalué par un comité de sélection. C'est une première étape de formalisation du pré-projet qui permet, notamment, de cibler les besoins en termes d'accompagnement et de prestations externes nécessaires.

Lorsque les services de pré-incubation sont fournis par l'organisme incubatrice, il sera offert aux entrepreneurs généralement des espace de bureau et d'autres support de base (par exemple, ordinateur et téléphone) pour une période de temps pendant laquelle ils seront tenus de préparer un plan d'affaires. L'accent mis sur la pré-incubation varie considérablement avec

certaines incubateurs d'exploitation des programmes, mais la plupart ne le font pas. Dans ces cas, ce processus est pris en charge par des structures spécialisées, généralement appelées des pré-incubateurs. Les pré-incubateurs mettent à la disposition des entrepreneurs potentiels un ensemble d'outils nécessaires pour soutenir le développement de son idée d'entreprise, modèle d'entreprise et plan d'affaire, pour renforcer les chances d'arriver à une création et démarrage efficace⁸⁹ (figure 5). Généralement, les pré-incubateurs se trouvent au sein de la communauté scientifique et technologique. Leur objectif est de sensibiliser et de détecter les porteurs d'idées innovantes susceptibles de se transformer en projets d'entreprises et ils jouent le rôle d'intermédiation entre les structures d'accompagnement à la création d'entreprises et les personnes qui veulent se mettre à leur compte (Masmoudi Raef).

Figure 5 : L'incubateur d'idées (pré incubateur)



Source : MASMOUDI Mohamed R., « Etude exploratoire des processus et modèles d'incubation en entrepreneuriat : cas des pépinières tunisiennes », *Business administration*, Université du Sud Toulon Var, France, 2007 p. 157.

Plusieurs formations et des services de consultation peuvent être offerts lors de la phase de pré-incubation, qui permettent aux entrepreneurs de développer leurs plans d'affaires, intégrer leurs entreprises et de développer leurs produits ou services.

La principale contribution du processus de pré-incubation est qu'elle garantit que les entreprises entrant dans le processus d'incubation sont prêts à être développés.

3.3 - La phase d'incubation

L'objectif principal et l'un des facteurs de succès de tout incubateur performant est d'accélérer le développement des start-up hébergées et de former des entrepreneurs prometteurs à travers un programme d'incubation structuré. Une fois que le projet est intégré dans le dispositif, les porteurs de projets sélectionnés rentrent dans une phase d'incubation

⁸⁹European Commission, « *The Smart Guide to Innovation-Based Incubators (IBI)* », Publications Office of the European Union, Luxembourg, 2010, p. 5.

destinée à permettre le passage de l'idée de projet, au projet effectif de création et à la constitution de l'entreprise. Pendant cette phase, les animateurs et les conseillers de l'incubateur assurent une activité permanente de suivi et d'évaluation des porteurs de projets sélectionnés. Dans cette étape, la mission principale est d'accompagner le porteur de projet, dans la construction globale de son affaire, jusqu'à la constitution de son entreprise.

L'accompagnement vise à, d'une part, fournir aux futurs entrepreneurs les moyens d'accéder aux ressources nécessaires au développement du projet et d'autre part, permettre à l'entrepreneur accompagné d'acquérir des savoir-faire le rendant autonome et apte à gérer, sur le long, terme son entreprise.

Le programme d'incubation est mis en pratique à travers la mise à disposition des entrepreneurs (clients de l'incubateur) de moyens matériels (locaux, logistique et bureautique) et, des ressources immatérielles, de diverses natures. Différents services peuvent être fournis à l'entrepreneur, ceux-ci en fonction des caractéristiques de la société et du territoire où il opérera.

3.3.1-Installations et services bureautiques

Un incubateur fournit habituellement d'installations pour les start-up qui entrent dans le programme d'incubation après un processus de sélection. Les incubateurs de base ont généralement un petit bureau pour chaque start-up avec de l'équipement général de bureau, salles de réunions communes, des espaces de détente, accès à des équipements spécialisés dans les technologies de l'information et de la communication tels que l'internet haut débit, etc. Typiquement, les incubateurs consacrent environ 60-80% de leurs installations pour les start-up, dans certains cas, de 10-20% pour les locataires d'affaires, et environ 10% à des aires communes et les bureaux administratifs. L'utilisation des espaces de bureaux, laboratoires et autres installations au sein de l'incubateur peut être gratuite, car ils sont inclus dans les avantages offerts par l'incubateur ou inversement, il peut soumettre à un paiement d'honoraires⁹⁰. Certaines infrastructures spécifiques peuvent être fournies comme l'accès à des laboratoires équipés, prototypage, facilité d'essai et de démonstration. La plupart des nouvelles entreprises ont peu de capital d'investissement ou même pas du tout. Si l'incubateur fournit toute l'infrastructure requise par la nouvelle entreprise, il peut allouer ses fonds à d'autres facteurs qui sont importants pour son succès, comme les ressources humaines.

⁹⁰*Cleantech Incubation Policy and Practice « Recipes for creating cleantech incubator hotspots in Europe », June 2014, p. 57-62.*

3.3.2 - Les conseils et assistance

En plus d'offrir un espace de bureau et de sites d'essai et de démonstration, pendant le processus d'incubation, des supports concernant les questions liées à la stratégie globale de la nouvelle entreprise, font partie du programme. Le soutien aux entreprises comprend des conseils et l'assistance qui portent généralement, sur le recueil et l'analyse de toutes les informations utiles, la définition claire des objectifs et des stratégies, la planification précise des actions à réaliser et l'évaluation de l'adaptabilité du plan d'affaires à des changements éventuels. La planification d'entreprise pourrait inclure :

- Marketing ;
- Gestion des ressources humaines ;
- Comptabilité ;
- Questions de base du droit des affaires et de conformité.

3.3.3 - Formation et coaching

La formation et le coaching donnent aux entrepreneurs des outils de démarrage pour faire face aux défis spécifiques quotidiens. Concernant les programmes de formation, cinq étapes particulières doivent être traversées par l'incubé après qu'il ait été sélectionné et admis : le développement de son produit, de son marché, de son organisation, de son modèle financier et finalement la recherche de ses clients⁹¹. Des experts externes et/ou des entrepreneurs expérimentés sont nommés pour agir en tant que mentor et entraîneur (coach) pendant la phase d'incubation. Le mentor est également impliqué pour fournir une assistance dans l'obtention des connaissances nécessaires à être abordées sur le produit et le marché.

3.3.4 - Médiation et réseautage

Une des contributions les plus importantes des incubateurs est leur rôle de catalyseur à des sources externes de soutien, ce qui est l'introduction du client avec le réseau d'un incubateur. La mise en réseau de l'incubateur est importante car elle donne aux clients l'accès à un large éventail de services, de soutien aux entreprises, les compétences, les marchés et les clients, et les sources de financement. Il est essentiel d'avoir un contact avec les parties prenantes, les

⁹¹ MARCIL Frédéric, op. cit., p. 103.

entreprises, les anciens incubées, les institutions d'enseignement supérieur, etc., pour établir des relations professionnelles à long terme et ainsi entrer dans un réseau solide et stratégique.

3.3.5 - L'accès au financement

Le financement d'entreprises est la plus grande valeur ajoutée des incubateurs. Il doit favoriser, voire «organiser», l'accès au financement pour les entreprises incubées. De plus, il doit fournir un accès privilégié aux institutions financières et accompagne l'incubé étape par étape dans sa stratégie financière. Selon la nature du projet, des aides financières, publiques et privés, interviennent de diverses façon, donc l'incubateur offre à ses incubés un répertoire d'informations sur toutes les aides, les subventions et les facilités financières au niveau local, national et international dont ils pourraient bénéficier⁹².

3.4 - Post-incubation

A la fin du période d'incubation, la société devrait être assez forte pour survivre à l'extérieur de l'incubateur et dans le marché concurrentiel. Ceci est l'une des phases les plus critiques de sa vie. Souvent, l'incubateur dispose d'un outil de surveillance pour déterminer la «santé» des start-up dans la phase d'incubation et leur volonté de quitter le programme. Cependant, la plupart des incubateurs ou des programmes d'incubation ont une durée maximale fixe pour fournir un soutien aux start-up.

3.4.1 - La durée de la phase d'incubation

Dans presque tous les programmes de soutien de l'incubation, il y a des règlements et des restrictions dans la longueur de temps que la start-up peut passer au sein de l'incubateur et la plupart ont des limites de temps sur le soutien d'incubation. La durée de la période d'incubation est différente selon les règles de l'incubateur (qui varient d'une structure à une autre) et le meilleur moment pour la sortie dépend aussi de la nature des start-up.

Généralement, le temps de maturité du projet peut varier entre 6 mois à 3 ans. Les start-up tournées vers les secteurs des technologies d'information et télécommunication (TIC) et les produits de consommation, suivent souvent des programmes d'incubation plus courts, grâce à leurs temps, relativement courte, de développement de produits/services⁹³.

⁹² MARCIL Frédéric, op. cit., p. 104-105.

⁹³ *Cleantech Incubation Policy and Practice*, op. cit. p. 70.

3.4.2 - Des outils de suivi

L'incubateur a besoin d'obtenir des informations quantitatives sur la réussite des entreprises graduées. L'équipe de direction doit mettre en place un système de surveillance de l'entreprise après la « graduation » de cette dernière. Ceci est indépendant du fait que la société participe ou pas à l'étape de la post-incubation. Cette collecte de données, souvent pendant une longue période de temps, a pour but d'analyser la performance des nouvelles entreprises, qui désormais volent avec leurs propres ailes. Les données devraient inclure les ventes de démarrage, les revenus, le taux d'emplois, des informations sur le succès du démarrage des activités, produits et services dans le marché.

3.4.3 - Infrastructure de soutien pour la croissance

Il y a plusieurs façons pour qu'une start-up quitte le programme d'incubation. La start-up quitte le programme d'incubation et poursuit de façon indépendante ; la start-up est acquise par (ou fusionnée avec) une entreprise établie ; elle participe à un programme de croissance offert par l'incubateur ou d'autres parties prenantes concernées ; ou la start-up arrête tout simplement le processus⁹⁴. Les programmes de soutien pour la croissance visent à soutenir les start-up à fort potentiel de croissance, après la phase d'incubation, qui ont encore besoin de soutien ou d'infrastructure dédié (espace de bureau, les laboratoires de R&D, etc.) qu'ils ne peuvent eux-mêmes pas encore les financer ou réaliser. Des programmes de soutien sont souvent constitués d'un support dédié pour attirer les investisseurs privés, pour recruter des employés hautement qualifiés, ou pour organiser des crédits d'impôt régionaux pour les start-up qui quittent l'incubateur. Ils peuvent également offrir des installations d'incubation et les grands espaces de bureaux pour une taxe spéciale, et soutenir le développement d'un réseau de fournisseur de services d'affaires.

La post incubation d'entreprise est donc un processus d'appui des entreprises en phase de démarrage. Son but est d'assister les nouvelles entreprises en démarrage dans leurs premières opérations (commerciales, financières, comptables, administratifs...) et de les accompagner pour la levée des fonds nécessaires. Sa finalité est de limiter les risques d'échecs et d'assurer la pérennité des entreprises incubées.

⁹⁴ *Ibid.*, 71.

Conclusion

Un incubateur est un lieu d'accueil et d'accompagnement de porteurs de projets de création d'entreprises ou de très jeunes entreprises. Généralement, il intervient toute au long du processus de création, qui va de l'idée jusqu'à la création proprement dit de l'entreprise. Son rôle est de nourrir les jeunes entreprises dans la phase de démarrage, moment où ils sont plus fragiles et vulnérable. Les incubateurs contribuent à la création et au développement de nouvelles entreprises innovantes, généralement à fort potentiel de création de valeur, grâce à un ensemble de dispositifs d'accompagnement. Cet accompagnement est assuré par un processus d'incubation, qui est faite sur une période de temps déterminée, pendant laquelle les porteurs de projet seront en contact avec le réseau de l'incubateur (clients, partenaires, experts, investisseurs, associations, etc.) facteur très important pour l'avenir de l'entreprise.

L'incubation cherche à transformer le simple porteur de projet en un entrepreneur capable et préparé à gérer son affaire. L'objectif principal d'un incubateur d'entreprises est de produire des entreprises prospères qui vont quitter le programme en étant techniquement et financièrement viables et entièrement autonomes.

Chapitre IV

**Etude de terrain sur les aides
apportées aux porteurs de
projets innovants au sein de
l'incubateur de Sidi Abdellah**

Introduction

La maîtrise du savoir, de l'innovation et de la technologie est considérée aujourd'hui comme un facteur essentiel de développement économique et social. C'est dans ce contexte que l'Algérie se lance dans des stratégies de promotion d'une culture entrepreneuriale axée sur l'innovation et la modernisation, par la mise en place des politiques d'encouragement de la création de nouvelles entreprises. Ce sont les entreprises jeunes, qui dans leur phase de croissance initiale, créent l'emploi, génèrent une concurrence et contribuent au renouvellement du tissu économique. Comme résultat de la politique de soutien à la création et au développement des entreprises innovantes, qui seront compétitives et capables de créer des richesses et des emplois, les pouvoirs publics ont mis en place des instruments et des mécanismes d'appui aux créateurs ainsi que le développement des entreprises déjà établies.

Le présent chapitre portera sur trois axes : premièrement nous allons passer à la présentation de l'incubateur de Sidi Abdellah tout en présentant le Cyber parc, où il est installé. Deuxièmement, nous allons aborder la pratique d'incubation au sein de l'incubateur de Sidi Abdellah⁹⁵. Troisièmement, nous finirons par une analyse de l'apport de l'incubateur à la création d'entreprises innovantes, à travers les résultats de l'enquête menée sur le terrain.

⁹⁵ L'essentiel des informations sur la présentation de l'incubateur nous a été fourni par la direction de l'incubateur.

Section 1 : Présentation du Cyber parc de Sidi Abdellah et de son incubateur

L'Agence Nationale de Promotion et de Développement des Parcs Technologiques (A.N.P.T)⁹⁶, est un instrument de l'Etat en matière de conception et de mise en œuvre d'une politique nationale de développement des parcs technologiques, inscrit dans un programme développement économique et social axée sur nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC). Elle a été créée par décret n°04-91 du 24 mars 2004 avec pour but le renforcement des capacités nationales en vue d'assurer le développement des TIC.

1.1 - Le Cyberparc de Sidi Abdellah

Dans le cadre de son objectif de concevoir et de mettre en place les parcs technologiques, l'ANPT a créé le Cyber parc de Sidi Abdellah, le premier parc technologique en Algérie, opérationnel depuis février 2009. Le cyber parc a pour rôle majeur de mettre en synergie les institutions nationales de formation supérieure et de recherche, de développement industriel ainsi que les institutions utilisatrices des technologies de l'information et de la communication.

Les objectifs clés du cyberparc sont :

- Stimuler une grappe Technologique d'Information et de communication (TIC) forte et vibrante ;
- Accélérer le taux de formation et d'expansion des startups et des PME ;
- Stimuler un secteur Export TIC ;
- Fournir un support Technique et d'Affaires de qualité pour les Entreprises en Algérie ;
- Diversifier la chaîne de valeurs des TIC.

Le parc technologique de Sidi Abdellah est l'un des constituants du district technologique qui s'inscrit dans une logique globale d'aménagement de l'aire métropolitaine algéroise. Situé dans la ville nouvelle de Sidi Abdellah à 25 km d'Alger, et avec une superficie de 100 hectares, elle abrite :

⁹⁶ L'ANPT est un établissement public à caractère industriel et commercial (E.P.I.C), sous la tutelle du Ministère de la Poste et des Technologies de l'Information et de la Communication (M.P.T.I.C), son siège se trouve au Cyberparc de Sidi Abdallah.

1.1.1 - Le Multilocataire

C'est un immeuble de 20000 m², situé au cœur du cyberparc, composé d'un centre d'affaire et d'un hôtel d'entreprise. C'est un espace d'accueil d'entreprises TIC grâce à des bureaux de haut standing, modulables et prêts à l'emploi. Il offre un milieu de vie professionnelle axée sur un cadre de travail agréable et suscitant la synergie, les échanges, la collaboration, et l'innovation entre les entreprises qui s'y installent ;

1.1.2 - L'incubateur

Situé au cœur du cyberparc, c'est un dispositif d'accueil et d'accompagnement de porteurs de projets de l'idée jusqu'à la création de l'entreprise et aussi d'hébergement et accompagnement de jeunes entreprises en création qui ont moins de cinq ans d'existence (start-up) ;

1.1.3 - Le centre d'études et de recherche des TIC (CERTIC)

Il s'agit d'un noyau de laboratoires de recherche accueillant des projets TIC clés : dotés d'équipements pour l'expérimentation de nouvelles technologies. Chargé de focaliser l'ensemble des études et de la recherche dans le domaine des TIC, il sera doté d'un centre de calcul intensif pour répondre aux besoins des organismes et sociétés en matière de puissance de calcul élevée, comme la météo, l'exploration minière, etc. Il débutera ses activités prochainement (selon les affirmations de la direction).

1.1.4 - Des terrains

Pour les entreprises ayant besoin de s'agrandir, le cyberparc offre en concession des parcelles de terrain dont la superficie sera déterminée en fonction du besoin du projet.

Il est à noter que pour renforcer davantage la masse critique d'acteurs⁹⁷, un grand projet de construction de tours d'affaires est en cours. Ces tours seront dotées d'espaces de bureaux intelligents pouvant accueillir jusqu'à plus d'un millier de personnes, un auditorium de qualité (pour accueillir des événements, séminaires et conférences) et des commodités (appart-hôtels, club sportif, commerces). Le cyberparc de Sidi Abdellah est une technopole composée d'espaces intégrés spécialisés dans le secteur des TIC. Ce sont des espaces spécialement aménagés pour accueillir les activités des entreprises technologiques et/ou innovantes.

⁹⁷Nombre d'acteur nécessaire pour atteindre les objectifs du cyberparc et avoir un certain impact sur l'ensemble des activités des acteurs, dans LEDUCQ Divya et LUSSO Bruno, « Le cluster innovant : conceptualisation et application territoriale », *European Journal of Geography*; mise en ligne le 07/03/2011 <http://cybergeog.revues.org/23513>, p.15 ; dernière consultation le 22/10/2015.

1.2 - L'incubateur du cyberparc de Sidi Abdellah

L'activité entrepreneuriale constitue un créneau stratégique pour les pouvoirs publics, en raison de l'importance de la création d'entreprise dans, premièrement, le développement économique du pays par l'élargissement du tissu économique et par conséquent l'augmentation de la productivité nationale et, deuxièmement, la promotion de l'emploi et la lutte contre le chômage.

Pour cette raison et afin d'atteindre ces objectifs, dans le cadre de développement des Cyber parcs, l'ANPT a mis en place l'incubateur « technobridge » qui représente une stratégie qui se base essentiellement sur les axes suivants :

- Favoriser la création d'entreprises innovantes ;
- Assister les porteurs de projets à transformer leur projet en entreprise viable et forte valeur ajoutée ;
- Promouvoir l'esprit entrepreneurial des porteurs de projet et des startups ;
- Propulser les TIC en Algérie et généraliser leur utilisation dans tous les secteurs et les domaines d'activité.

La direction de l'incubation au niveau de l'ANPT a pour mission le renforcement du dispositif d'incubation et d'entrepreneuriat au niveau de l'agence par la mise en place d'un dispositif d'accompagnement solide et efficace, permettant la préparation des porteurs de projets à devenir des chefs d'entreprise et assurer la création d'entreprises innovantes et performantes, la préparation en amont de cette création peut garantir en aval la pérennité et le développement de l'entreprise créée.

1.2.1 - Le dispositif d'incubation

L'incubateur du cyber parc de Sidi Abdellah est une structure d'appui aux porteurs de projets d'entreprise spécialisé dans le domaine des technologies de l'information et communication (TIC). Il est le premier incubateur en Algérie dans le domaine des TIC et représente la première expérience algérienne dans le domaine de l'incubation. Conçu comme une structure d'appui à l'innovation centrée sur les TIC et à la création d'entreprise innovante, l'incubateur constitue une pièce majeure dans le dispositif du Cyber Parc. Il baigne dans un environnement technologique diversifié car le cyber parc se trouve à 40 km des grands établissements de formation d'ingénieurs - 8 établissements formant plus de 4,000 ingénieurs par an existent dans un rayon de 200km autour du cyber parc. Il joue aussi le rôle de pépinière

Chapitre IV : Etude de terrain sur les aides apportées aux porteurs de projets innovants au sein de l'incubateur de Sidi Abdellah

en offrant des services d'accompagnement aux jeunes entreprises créées (startups) au sein de l'incubateur (en post-crédation), ainsi qu'à celles qui sont en démarrage d'activité, créée depuis moins de cinq ans, afin d'assurer leur développement.

Idéalement situé au cœur du cyberparc et construit sur trois niveaux distincts, il dispose de 2150 m² de salles, à laquelle il faut ajouter deux terrasses, un restaurant, une cafétéria, un atrium et un parking de 120 places. Dans ses 2150 m² de salles il peut accueillir jusqu'à 500 personnes et entre 10 à 20 projets. Avec un ensemble de 1150 m² de salles dédiées aux startups, il pourra accueillir de 10 à 20 startups, en allouant 50 à 100 m² par société.

Tableau 1 : structure de l'incubateur

Etage	Nom de la salle	Superficie en m ²	Capacité (personnes)	Usage
1 ^{er} étage	Grande salle 1	246	20-30	Start-ups
	Grande salle 2	246	20-30	
	Petite salle 1	166	20	
	Petite salle 2	126	15-20	
Rez-de-chaussée	Laboratoire d'ordinateurs 1	126	15-20	Start-ups
	Laboratoire d'ordinateurs 2	122	15-20	
	Laboratoire d'ordinateurs 3	122	15-20	
	Salle de formation 1	126	30	Centre d'innovation
	Salle de formation 2	122	30	
	Salle de formation 3	122	30	
	Administration	118	5	Administration
	Salle de professeurs	108	5	
Sous-sol	Salle de conférence 1	243	70-80	Formations
	Salle de conférence 2	131	50-60	
	Salle de conférence 3	116	50-60	
	Bibliothèque	185	60-70	
Total		2425	500	

Source : Direction de l'incubateur de Sidi Abdellah.

1.2.2 - Objectifs de l'incubateur

Mise à part les objectifs généraux du cyberparc, l'incubateur a ses propres objectifs spécifiques. Nous recensons donc cinq objectifs de la pépinière de projets qui sont :

- L'identification et la sélection de nouvelles idées de projets innovants
- Favoriser la création d'entreprises innovantes TIC en valorisant les résultats de recherche des porteurs de projet en partenariat avec les universités et les grandes écoles.
- Formations sur des thèmes liés aux TIC ;
- Promouvoir l'innovation ;
- Promouvoir l'esprit d'entrepreneuriat de start-up.

1.2.3 - Les missions de l'incubateur

L'incubateur constitue une plate-forme de service à destination de start-up en phase de lancement à savoir, des entreprises en création, des entrepreneurs cherchant à créer une entreprise et des petites entreprises fraîchement établies.

- Accompagner les porteurs de projet dans les phases de maturation et de mise au point de l'idée jusqu'au projet construit et la création de l'entreprise ;
- Accompagner et héberger de jeunes entreprises en création qui ont moins de cinq ans d'existence : start-up.

Pour l'accomplissement de ces deux tâches, l'incubateur dispose de deux types de structure d'hébergement et d'accompagnement d'entreprise innovante :

- La première, est l'incubateur, proprement dit, il s'agit d'une structure d'hébergement et d'accompagnement des porteurs de projet qui commence à partir de la naissance de l'idée jusqu'à la création de l'entreprise, l'incubation étant la période de maturation entre une idée et sa conception.
- La deuxième, est la pépinière d'entreprise, il s'agit d'une structure d'hébergement et d'accompagnement des jeunes entreprises innovantes (startups), qui ont besoin d'être soutenues afin d'assurer leur développement et leur imprégnation dans leur marché.

Dans les deux types de structures, l'incubateur offre à ses porteurs de projets et ses startups un hébergement et un accompagnement par le coaching et la formation adaptés à leurs besoins selon les détails suivants :

- hébergement et mise à disposition des moyens logistiques : PC, internet, *catering*, etc.,
- coaching personnalisé et atelier de groupe dans les domaines techniques et managérial (management, finance et commercial),
- action de formation professionnelles dans les domaines de l'entrepreneuriat, des TIC, management et la maîtrise des langues,
- assister et prendre en charge la protection de leurs inventions et prototypes conçus dans le cadre de la réglementation en vigueur en matière d'enregistrement des brevets et de la protection de la propriété intellectuelle et industrielle,
- promotion et médiation des startups et porteurs de projet (presse, TV, Radio, conception de panneaux publicitaires, etc.),
- organiser ou co-organiser avec des startups ou partenaires des évènements, salons, conférences, concours et séminaires dans les domaines de la promotion des TIC et de l'entrepreneuriat.

1.2.4 - Hébergement et accompagnement dans l'incubateur

L'une des fonctions la plus importante de l'incubateur est celle de l'hébergement. La plupart des porteurs de projet ne possèdent pas d'un espace de travail ou n'ont pas les moyens de s'en offrir un. En plus des services immatériels, l'incubateur propose des services physiques comme l'hébergement pendant tout le processus d'incubation et même après la création de l'entreprise.

1.2.4.1 - Hébergement et accompagnement des porteurs de projet

L'incubateur propose aux porteurs de projet :

- Un hébergement gratuit composé d'une station de travail avec un seul poste qui lui est affecté sur la base d'une convention, équipé d'un PC et d'une connexion internet,
- Un accompagnement gratuit de l'idée jusqu'à la création de son entreprise et réalisation de son premier chiffre d'affaire.

Cette accompagnement est fixé pour une durée de trente (30) mois, réparti sur trois (03) phases à savoir la pré-incubation, l'incubation et la post-incubation.

1.2.4.2 - Hébergement et accompagnement des startups

L'incubateur propose aux startups un hébergement (station de travail avec des postes) d'une durée de vingt-quatre (24) mois, avec un loyer mensuel de 5850 DA TTC et un accès

Chapitre IV : Etude de terrain sur les aides apportées aux porteurs de projets innovants au sein de l'incubateur de Sidi Abdellah

gratuit au coaching, à la formation et autres prestations de l'incubateur. Cette prestation est formalisée par une convention d'hébergement et d'accompagnement conclue avec la startup comportant les conditions d'occupation des locaux ainsi que les prestations offertes par l'incubateur.

La sélection des startups se fait à travers un comité de pilotage suivant un certain nombre de critères tels que :

- Objet social de l'entreprise dans les TIC,
- Cinq (5) ans d'existence au maximum,
- Projet innovant,
- Activité à forte valeur ajoutée.

Mis à part le principe d'accompagnement et d'hébergement, l'incubateur de Sidi Abdellah favorise l'éclosion de nouvelles entreprises TIC à fort potentiel d'innovation, de développement et de création d'emplois, en valorisant les résultats de la recherche des porteurs de projet en partenariat avec les universités et les grandes écoles. Afin de promouvoir l'innovation, l'incubateur héberge des centres d'innovation d'entreprises leader « High Tech » (Microsoft, Cisco, IBM) pour donner des formations dans leurs domaines respectifs à des start-ups et à des entreprises partenaires locales, et aussi pour promouvoir leurs technologies.

Depuis sa création en 2010, l'incubateur de Sidi Abdellah a permis :

- la création d'un nombre appréciable d'emplois ;
- la création d'une dynamique entrepreneuriale par la promotion de l'entrepreneuriat notamment l'entrepreneuriat universitaire,
- la promotion de l'innovation,
- d'impulser, de faire naître et de promouvoir l'esprit d'entreprendre et d'innover,
- de favoriser l'éclosion d'un environnement entrepreneurial innovant en phase avec les impératifs de la compétitivité et les besoins du marché algérien.

La structure a déjà reçu plus de 140 porteurs de projet représentant les cinq promotions (2010, 2011, 2012, 2013 et 2014), qui ont fait l'objet de 13 créations d'entreprises TIC et a aussi hébergé 15 start-ups en démarrage d'activité.

Section 2 : Le processus d'incubation dans l'incubateur de Sidi Abdellah

L'incubateur intervient d'amont en aval du processus d'incubation. Son processus d'incubation est du type polyvalent. Les nouvelles entreprises créées sortent du processus lorsqu'elles arrivent à prendre une place significative sur le marché. L'incubateur propose ainsi une chaîne d'appui complète allant de la détection de l'idée jusqu'à la création d'entreprise.

Le processus d'incubation dans l'incubateur comporte trois phases d'une durée de 30 mois au total. Cependant, il existe une procédure qui précède ces trois phases.

2.1 - Appel à projet et pré-sélection

Afin de favoriser la création d'entreprise innovante dans le domaine des TIC, l'ANPT lance par voie de presse, une fois par année, un appel à projets sur business plan préliminaire en direction des porteurs de projet dans le domaine des TIC ou activités connexes. Peut participer à cet appel à projets, toute personne porteuse d'une idée technologique innovante de produit ou de service dans le domaine des TIC, qui correspond à un marché pour des projets en relation avec le plan de la stratégie « E-Algérie », issue des universités, de grandes écoles et d'instituts, mais aussi entrepreneur créateur, autodidacte, chômeur, qui aurait un projet de création d'entreprise. Cet appel à projets permettra de faire émerger et soutenir les meilleurs projets potentiels à la création d'entreprises. Un projet peut être porté par plusieurs personnes dont une seule peut être candidate, les autres personnes constituent l'équipe et ils doivent prévoir obligatoirement la création d'une entreprise à installer sur le territoire national.

Les porteurs projets candidats doivent remplir une « fiche projet⁹⁸ », une forme petit Business Plan, qui amène le candidat à formaliser son projet. Le projet sera ensuite soumis à l'analyse du comité de pilotage⁹⁹, qui suite à un avis favorable sera admis en pré-incubation.

⁹⁸Voir annexe 3.

⁹⁹Le comité de pilotage est désigné par le directeur général de l'ANPT sur proposition du directeur de l'incubateur. Son rôle est de sélectionner les candidatures de porteurs de projets à retenir pour la phase de pré-incubation, de gérer et piloter de façon collégiale, l'activité de l'incubateur et de rendre les décisions qui s'imposent concernant la situation et le suivi des porteurs et des startups.

2.2 - La phase de pré-incubation

D'une durée de 3 mois, c'est une phase de préparation du porteur de projet pour la formalisation de son idée par l'élaboration de son premier business plan. Pendant cette période de maturation de l'idée, un expert est mandaté pour donner un avis technique et/ou économique sur le projet. Au regard de cette pré expertise, le candidat sera invité à élaborer un business plan et à présenter son projet devant un comité de sélection et de suivi, composé d'experts dans les domaines technique, économique, financier et juridique ainsi que d'institutionnels et de chefs d'entreprises innovantes. C'est une phase de préparation à l'entrée dans la phase d'incubation.

Après la réalisation d'une évaluation en interne qui permet de connaître le niveau de développement de l'idée et les possibilités pour son incubation, le porteur de projet fait une présentation de son projet devant un comité de sélection, ce dernier décidera si le projet est apte ou pas à passer à l'étape suivante, dans ce cas l'incubation.

Le projet est admis définitivement à l'incubation selon les critères suivants :

- Caractère innovant ;
- Degré de maturité et notamment faisabilité technique (preuve du concept) ;
- Faisabilité économique (marché potentiel) et financier ;
- Etat de droit de propriété intellectuelle ;
- Pertinence d'une incubation.

2.3 - La phase d'incubation

Le projet entre en incubation pour une durée de six (6) à neuf (9) mois pour concrétiser le montage et la création de l'entreprise. Pendant cette phase, les animateurs et les conseillers de la pépinière assurent une activité permanente de suivi et d'évaluation des porteurs de projets sélectionnés.

Le processus d'incubation au sein de l'incubateur est un ensemble d'actions spécifiques d'accompagnement (formation, conseil, assistance et aide) qui se réalisent avec les besoins ponctuels des porteurs de projets (lors de l'apparition du besoin), de fait, à côté de la mise à disposition de moyens matériels (locaux, logistique et bureautique) l'incubateur propose des ressources immatérielles de diverses natures.

2.3.1 - Formation

En effet peu de créateurs d'entreprise ont une expérience de chef d'entreprise. Il est donc impérativement nécessaire de leur former à l'entrepreneuriat. Pendant l'incubation, les porteurs de projets suivent des formations qui portent sur les aspects suivants :

- la planification et la création d'entreprises ;
- le marketing (étude préliminaire du marché, de la stratégie commerciale, de la vente, de la distribution et de la promotion) ;
- la gestion technique et la gestion de la production ;
- l'organisation et gestion des ressources humaines ;
- la gestion administrative (obligation légale, assurances, etc.) ;
- la gestion financière et la comptabilité.

2.3.2 - Les conseils et assistance

Un « coach/tuteur » (chargé de mission) est sélectionné pour suivre et conseiller le porteur de projet en lien avec l'équipe de l'incubateur au cours de rendez-vous réguliers. Le rôle du coach est d'apporter l'expertise et des conseils, sur l'ensemble des problématiques auxquelles le créateur porteur de projet est confronté :

- l'accompagnement dans l'élaboration du plan d'affaires final
- l'aide à l'élaboration d'un cahier des charges ;
- l'aide à la constitution et au renforcement de l'équipe ;
- conseil par rapport à la structuration de l'entreprise ;
- l'accompagnement dans la définition de la stratégie marketing de l'entreprise ;
- l'assistance à la recherche de partenaires industriels ;
- l'accompagnement en termes de communication et de promotion de l'entreprise ;
- l'assistance en matière de propriété intellectuelle et industrielle ;
- l'intermédiation financière et la recherche de partenaires (investisseurs privés, fonds d'amorçage) dans la recherche de financement de haut du bilan,

Chapitre IV : Etude de terrain sur les aides apportées aux porteurs de projets innovants au sein de l'incubateur de Sidi Abdellah

Pendant le déroulement de cette phase ces derniers cherchent à constituer l'équipe de création/développement, comprenant au minimum : le technologue, un « business développeur » (pour les projets importants) et un manager.

A la fin de cette phase le porteur de projet doit avoir déjà un business plan final et un prototype opérationnel du produit ou service.

2.4 - La phase de post-incubation

Durée de 18 à 21 mois, cette phase est constituée de la création de l'entreprise (personne moral ou physique) de son financement et de son lancement d'activité. Au démarrage d'activité, l'entreprise va se loger dans une pépinière (à l'intérieur de l'incubateur) où, outre le loyer réduit, elle reçoit un accompagnement post création : conseils, suivi des tableaux de bord et du développement de l'entreprise, ouverture sur des réseaux de compétences, etc....

Le recrutement au minimum d'un collaborateur, la réalisation de transactions commerciales et l'établissement de son bilan comptable et comptes de résultants à la fin de chaque exercice sont des exigences de cette phase. Durant la phase de la post-incubation un contrat notarié de location, d'une durée d'une année, est conclu avec le porteur et ce, pour lui permettre de s'immatriculer au niveau du CNRC¹⁰⁰ et abriter le siège social de son entreprise au niveau de l'incubateur. Lorsque l'entreprise a plus 3 ans et commence à dégager de manière pérenne des résultats positifs, tout en ayant un taux de croissance significatif, généralement à ce stade, l'entreprise sort de la pépinière et se loge dans des bureaux d'entreprises construits sur le Techno parc ou en zone industrielle.

Il est utile de signaler que le passage d'une phase à un autre est prononcé sur décision du comité de sélection et de suivi et aussi chaque phase est formalisé par la conclusion avec le porteur de projet, d'une convention d'hébergement et d'accompagnement.

Section 3 : Présentation et analyse des résultats de l'enquête

Dans ce qui suit, nous allons présenter les résultats de notre enquête avec pour finalité l'analyse de l'apport de l'incubateur de Sidi Abdellah dans le processus de création d'entreprise innovante.

Notre travail vise, à partir d'une étude faite auprès des nouveaux créateurs d'entreprises innovantes et technologiques, à apporter des éléments de réponse à la question relative à l'utilité des incubateurs dans le lancement des projets innovants, particulièrement, le cas de

¹⁰⁰ Centre national du registre du commerce.

l'utilité de l'incubateur du cyber parc de Sidi Abdallah dans le lancement de projets innovants en Algérie.

Nous avons donc retenus quelques indicateurs qualitatifs utilisés comme des éléments de première appréciation de l'utilité tels que :

- les services et les moyens mobilisés par l'incubateur destinés aux porteurs de nouveaux projets ;
- le degré de satisfaction des entrepreneurs vis-à-vis des services offerts par l'incubateur ;
- l'analyse de la situation de l'entreprise nouvellement créée ayant bénéficié d'un accompagnement.

3.1 - Mode de collecte de données et description de l'échantillon

Nous avons utilisé le questionnaire¹⁰¹, l'interview¹⁰² et une visite guidée des installations de l'incubateur comme mode de collecte de données. Lors de l'élaboration du questionnaire, nous avons eu recours à des questions fermées à choix unique et fermées à choix multiples.

Pour atteindre les objectifs généraux de la recherche et ainsi pouvoir répondre à notre problématique, nous avons réalisé une enquête par questionnaire auprès de 15 porteurs de projets et 5 startups (4 créés au sein de l'incubateur et 1 directement inséré dans l'incubateur sans être passé par le processus d'incubation) installés dans l'incubateur et une interview avec un entrepreneur/créateur qui a bénéficié d'un accompagnement et qui se trouve aujourd'hui hors de l'incubateur de Sidi Abdallah. Nous n'avons pas pu interviewer plus d'entreprises par manque d'informations concernant leur identité ou leur adresse. Selon les informations qui nous ont été transmises, seulement une entreprise a accepté de nous accorder une interview.

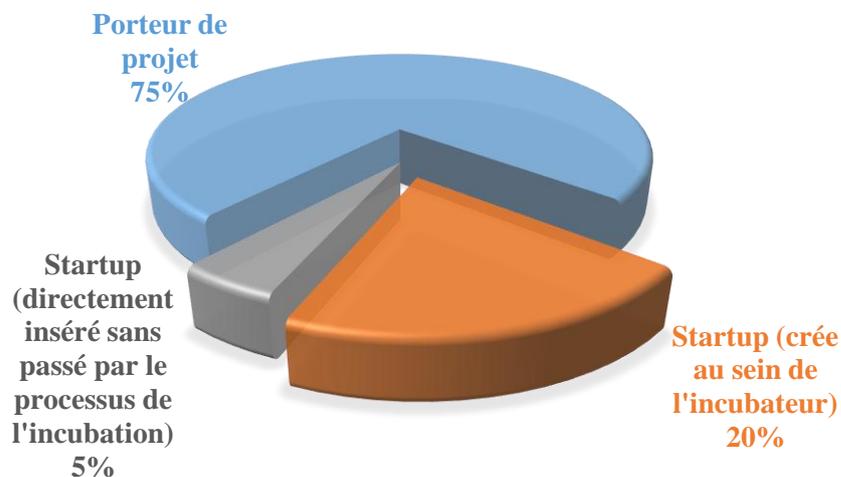
3.2 - Répartition de l'effectif

La figure 5 présente les données générales relatives à notre échantillon. La polyvalence de l'incubateur de Sidi Abdallah nous a permis de trouver sur place des porteurs de projets, qui représentent 75% des répondants, des startups créés au sein de l'incubateur représentant 20% de notre échantillon et d'une startup venue de l'extérieur représentant à son tour 5% de notre échantillon.

¹⁰¹ Voir annexe 1.

¹⁰² Voir annexe 2.

Figure 6 : Répartition de l'effectif selon leur statut



Source : conception personnelle à partir des données de l'enquête.

3.3 - L'âge des entrepreneurs/créateurs

L'analyse de l'âge nous a permis de constater que la plupart des entrepreneurs hébergés, soit 55%, ont un âge situé entre 26 et 35 ans ; 30% ont 36 ans ou plus et 15% ont entre 18 et 25 ans. Les entrepreneurs innovateurs se distinguent des autres créateurs d'entreprises « traditionnelles » par leur âge et leur expérience, car la création d'entreprises innovantes exige une certaine expérience, ce qui explique l'absence de créateurs ayant moins de 18 ans.

Tableau 2 : L'âge des créateurs d'entreprise

Age	Effectif	Pourcentage (%)
Moins de 18 ans	-	-
Entre 18 et 25 ans	3	15%
Entre 26 et 35 ans	11	55%
36 ans et plus	6	30%
Total	20	100%

Source : conception personnelle à partir des données de l'enquête

3.4 - Niveau d'étude et statut professionnel des entrepreneurs/créateurs

La création d'une entreprise innovante ou technologique requiert, généralement, de la compétence et de l'expérience aussi. Ces dernières sont souvent, voire toujours accumulées par voie de formations et/ou par l'occupation des postes au sein d'autres organisations. Le tableau suivant nous montre le niveau d'étude et le statut professionnel de notre effectif et sa

Chapitre IV : Etude de terrain sur les aides apportées aux porteurs de projets innovants au sein de l'incubateur de Sidi Abdellah

lecture permet de dégager plusieurs constats. Premièrement, nous pouvons remarquer que plus de la moitié (60%) sont des employés (et la plupart dans le domaine des TIC), 20% sont des étudiants (tous fréquentant des études supérieures), 15% sont des entrepreneurs ou retraités et 5% sont des chômeurs. De ce fait, l'expérience de travail (principalement dans le même secteur d'activité dans lequel l'individu a l'intention de créer son entreprise), joue un rôle important sur la décision de créer une entreprise innovante. Deuxièmement, le niveau d'étude minimum, selon nos résultats, est la licence représenté ici par 20%, et 40% de l'effectif ont le niveau d'ingénieur qui correspond aussi au niveau d'étude de la moitié des personnes ayant déclaré être des employés.

Tableau 3 : Statut professionnel et niveau d'étude des créateurs

			Niveau d'étude				Total
			Licence	Ingénieur	Master	Autres	
Statut professionnel	Etudiant	Effectif	2	-	1	1	4
		% du total	10%	-	5%	5%	20%
	Employé	Effectif	1	6	2	3	12*
		% du total	5%	30%	10%	15%	60%
	Chômeur	Effectif	1	-	-	-	1
		% du total	5%	-	-	-	5%
	Autres	Effectif	-	2	1	-	3
		% du total	-	10%	5%	-	15%
	Total	Effectif	4	8	4	4	20
		% du total	20%	40%	20%	20%	100%

*66% issues du domaine des TIC.

Source : conception personnelle à partir des données de l'enquête.

3.5 – La notoriété de l'incubateur auprès des porteurs de d'idée/projet et des start-ups

Le rôle joué par un incubateur, concernant la sensibilisation, est très important dans la mesure où il peut stimuler les porteurs d'idées à s'aventurer dans la création d'entreprise, en leur apportant des solutions aux différents problèmes qui peuvent les décourager ou les empêcher de donner continuité à leurs idées. L'une des solutions ou avantages, offerts par l'incubateur de Sidi Abdellah, est l'hébergement et un accompagnement à titre gratuit pour les porteurs de projet, pendant tout le processus de création de l'entreprise. Le tableau 3 nous montre par quel moyen les porteurs de projet ou startups ont pris connaissance de l'existence de l'incubateur et donc l'existence des avantages précités mis en place pour encourager l'esprit d'entrepreneuriat de startup auprès de la société. Selon le tableau, 50% de l'effectif

Chapitre IV : Etude de terrain sur les aides apportées aux porteurs de projets innovants au sein de l'incubateur de Sidi Abdellah

ont pris connaissance de l'existence de l'incubateur par bouche à oreille pendant que 20% l'ont appris par internet. Ce qui montre que l'incubateur devrait fournir plus d'effort en termes de communication pour pouvoir atteindre un nombre plus large de porteurs de d'idée/projet.

Tableau 4 : Premier contact avec l'incubateur

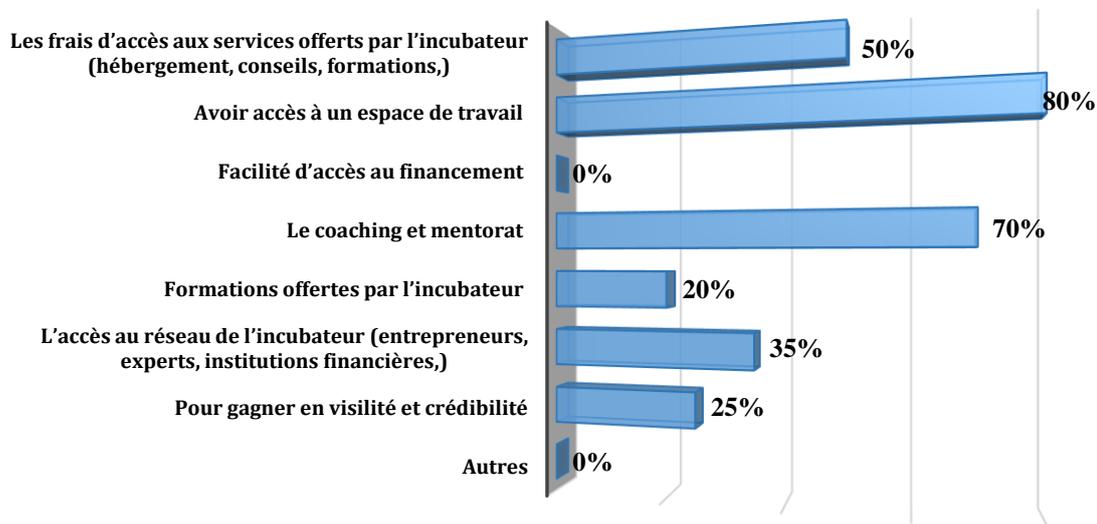
Moyens	Effectif	Pourcentages (%)
Bouche à oreille	10	50%
Presse	2	10%
Internet	4	20%
Réseaux sociaux	3	15%
Radio	-	-
Télévision	-	-
Autres	1	5%
Total	20	100%

Source : conception personnelle à partir des données de l'enquête.

3.6 - Les principales raisons poussant à l'appel à l'incubateur

Nombreux sont les difficultés rencontrées par les créateurs qui les obligent à chercher des appuis, de différents nature, auprès des organismes spécialisés.

Figure 7 : Les principales raisons poussant à l'appel à l'incubateur



Source : conception personnelle à partir des données de l'enquête.

Les résultats de la figure ci-dessus montrent que les créateurs interrogés ont mentionné plus d'une seule raison. Avoir accès à un espace de travail, cité par 80% des répondants, est la principale raison qui les a poussés à faire appel à l'incubateur. La recherche de coaching et mentorat aussi est une raison importante, 70% des répondants l'ont choisi et ça peut être expliqué par le niveau de technicité des projets innovants. Nous pouvons remarquer aussi que

Chapitre IV : Etude de terrain sur les aides apportées aux porteurs de projets innovants au sein de l'incubateur de Sidi Abdellah

50% des répondants ont indiqué les frais d'accès aux services offerts par l'incubateur comme étant la raison de leur insertion dans l'incubateur. Comme nous avons pu voir auparavant, offrir un espace de travail est l'objectif principal des incubateurs (hébergement) et le coaching et le mentorat font partie des services immatériels de base d'un incubateur (accompagnement). En plus, vu que l'incubateur de Sidi Abdellah est du type de développement économique et mis en place par le pouvoir public, les frais d'accès sont minimales pour justement attirer des porteurs de projet et des startups.

3.7 - Le temps passé dans l'incubateur

L'incubateur propose une chaîne d'appui complète allant de la détection de l'idée jusqu'à la création d'entreprise et elle remplit aussi la fonction de pépinière pour les jeunes entreprises qui ont moins de cinq ans, ce qui nous a permis de rencontrer, au sein de l'incubateur, des porteurs de projet et aussi des startups. Le tableau suivant présente leur répartition selon le temps passé dans l'incubateur. 60% des répondants sont hébergés dans l'incubateur depuis 21 mois ou plus, parmi lesquels 25% sont des startups (créées au sein de l'incubateur ou créées hors incubateur) et 35% sont toujours des porteurs de projet même s'ils ont dépassé 21 mois dans l'incubateur.

Tableau 5 : Le temps passé dans l'incubateur

		Statut de l'effectif				Total
		Porteur de projet	Startup*	Startup**		
Temps passé dans l'incubateur.	Moins de 3 mois	Effectif	3	-	-	3
		% du total	15%	-	-	15%
	Entre 3 et 9 mois	Effectif	4	-	-	4
		% du total	20%	-	-	20%
	Entre 9 et 21 mois	Effectif	1	-	-	1
		% du total	5%	-	-	5%
	21 mois et plus	Effectif	7	4	1	12
		% du total	35%	20%	5%	60%
Total		Effectif	15	4	1	20
		% du total	75%	20%	5%	100%

*Créée au sein de l'incubateur.

**Directement insérée au sein de l'incubateur, sans passer par le processus d'incubation.

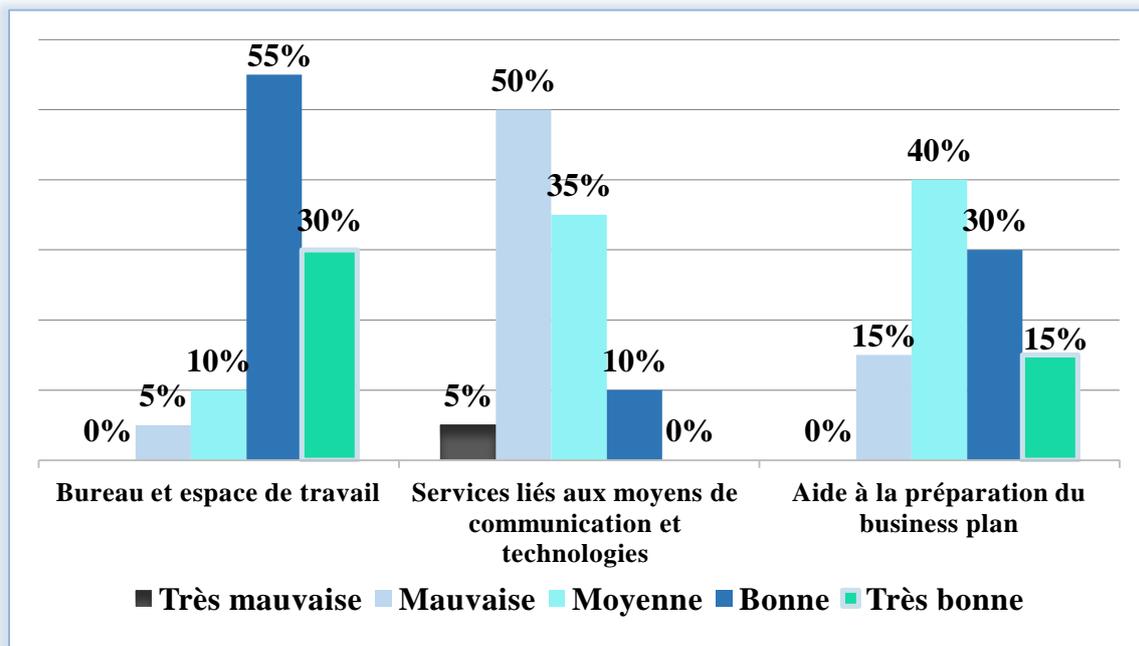
Source : conception personnelle à partir des données de l'enquête.

Selon notre enquête, parmi les quatre startups créées au sein de l'incubateur trois commercialisent déjà des produits ou services et deux ont déjà recruté des salariés.

3.8 - Services et activités de l'incubateur

A l'aide du graphique suivant, nous pouvons analyser l'appréciation, selon l'ensemble des porteurs de projet et des startups, des moyens et matériaux mis à leur disposition par l'incubateur. Les rubriques proposées sont des besoins jugés précoces c'est-à-dire, qui sont plus importants pendant la phase prématurée du processus d'incubation.

Figure 8 : Appréciation des services offerts par l'incubateur

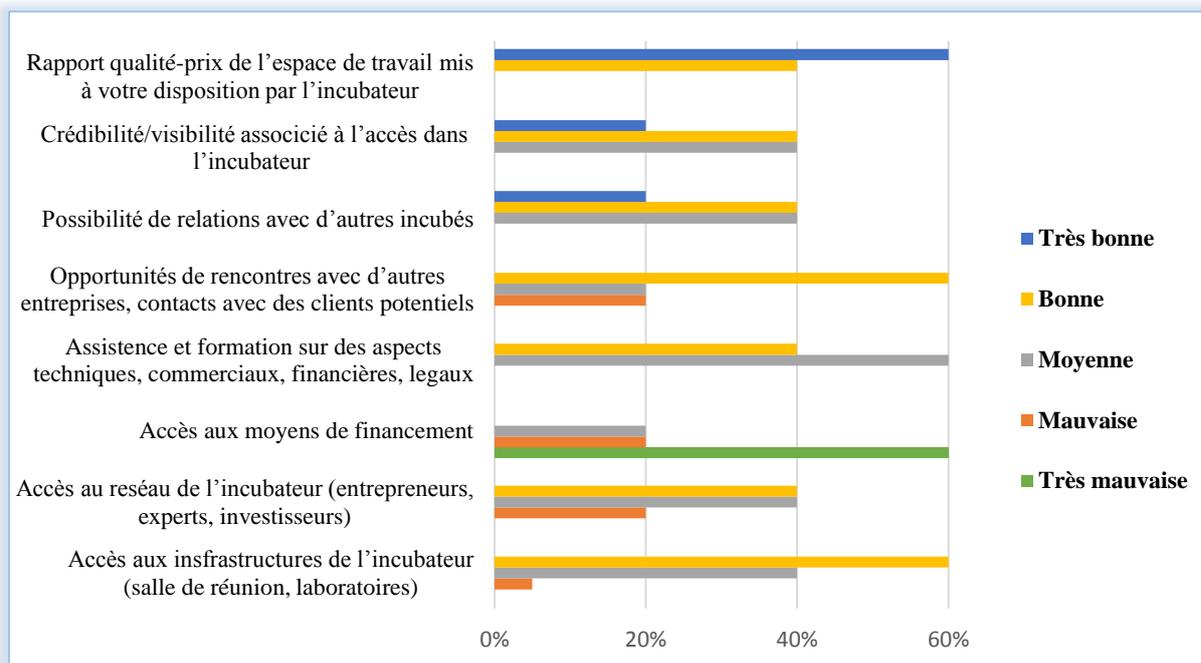


Source : conception personnelle à partir des données de l'enquête

Concernant la rubrique « bureaux et espace de travail », 55% des répondants l'ont classé comme étant bonne et 30% comme étant très bonne. Par contre 50% de l'ensemble des créateurs interrogés donnent une mauvaise note aux « services liés aux moyens de communication et technologies ». Le business plan est essentiel au démarrage, à la mise en place et à la gestion d'une entreprise, mais 40% des répondants ont donné une note moyenne aux services d'aide à la préparation du business plan.

La figure 9 présente les services proposés dans une phase assez avancée, cette appréciation a été réservée aux startups.

Figure 9 : Appréciation des services offerts par l'incubateur (Start-up)



Source : conception personnelle à partir des données de l'enquête

L'appréciation des services est plutôt bien. 60% des startups ont donné une très bonne note au rapport qualité-prix de l'espace de travail mis à leur disposition. Les services liés aux opportunités de rencontre avec d'autres entreprises, les contacts avec des clients potentiels, et à l'accès aux infrastructures de l'incubateur (salle de réunion, laboratoires) ont reçu une bonne note. Cependant, ce qui est préoccupant est la très mauvaise note accordée aux services liés à « l'accès aux moyen de financement » qui est classé comme étant très mauvaise par 60% des startups.

Conclusion

Le cyber parc de Sidi Abdellah est une structure de soutien aux créateurs d'entreprises innovantes qui cherchent, premièrement, par l'incubation, à favoriser l'entrepreneuriat et l'innovation pour accroître le pourcentage de nouvelles entreprises orientés vers les TIC et, deuxièmement, à offrir des infrastructures d'accueil avec tous les services associés pour en faire des lieux privilégiés de concentration des entreprises TIC.

Tout comme la création, la survie et la pérennité d'entreprises innovantes ne sont pas des tâches faciles. Accompagner le porteur de projet depuis la phase de maturation et de mise au point de l'idée jusqu'à la création de l'entreprise accompagner et héberger de jeunes entreprises qui ont moins de cinq ans d'existence, sont les missions de l'incubateur de Sidi Abdellah.

Notre étude nous a permis d'analyser l'interaction entre la structure incubatrice et les créateurs d'entreprises innovantes. Les entrepreneurs enquêtés sont plutôt assez jeunes, dans leur majorité, entre 25 et 36 ans. Ils ont acquis suffisamment d'expérience et de savoir, ce qui peut être remarqué selon leur niveau d'étude élevé, soit la majorité est titulaire d'un ingéniorat, et plus de la moitié sont des employés dans le même secteur que celui où ils créent leur entreprise. Plusieurs sont les raisons qui les poussent à faire appel aux services de l'incubateur, mais la recherche d'un espace de travail où ils pourront développer leur projet, surtout à des frais intéressants, et l'accès aux services de coaching et mentorat sont les raisons les plus citées par les créateurs enquêtés.

A travers notre étude, ces entrepreneurs/créateurs ont pu apprécier la qualité des services rendus par l'incubateur en leur faveur. Les résultats montrent que, si d'un côté, le service le moins apprécié est celui lié à l'accès aux moyens de financement, de l'autre côté les bureaux et espaces de travail ainsi que le prix d'accès à ces moyens, sont très bien appréciés.

Conclusion générale

L'Algérie, comme tout autre pays soucieux du contexte concurrentiel actuel, a déployé des efforts dans le but d'améliorer la capacité de compétitivité des entreprises au niveau national et international, par la mise en place des programmes de soutien à l'entrepreneuriat et à l'innovation.

Les incubateurs d'entreprises sont des structures d'accompagnement qui ont connu un fort développement ces dernières années du fait de la volonté des pouvoirs publics et des organismes privés, des pays développés et en voies de développement principalement, de stimuler l'entrepreneuriat. En Algérie, le premier incubateur d'entreprise a été créé en 2010 comme le résultat d'un engagement des pouvoirs publics pour améliorer le climat entrepreneurial et stimuler la création d'entreprises innovantes. Tel que nous avons pu observer au cours de notre étude, l'incubateur d'entreprise est une initiative de soutien aux entrepreneurs dont l'objectif est d'encourager et de soutenir les entreprises innovantes en leur fournissant l'infrastructure et les services de soutien, y compris des liens collaboratifs avec son réseau professionnel.

Dans le but de mieux comprendre la réalité des incubateurs d'entreprises et de bien répondre à notre problématique, une étude de terrain auprès de l'incubateur de Sidi Abdellah a été menée. Cette étude a été orientée vers deux objectifs principaux : le premier consiste à analyser la structure incubatrice ainsi que son processus d'incubation ; et le deuxième est d'analyser les bénéfices qui découlent de l'adhésion des porteurs de projet et des start-ups à la structure incubatrice.

Concernant les résultats, nous avons pu conclure que l'incubateur de Sidi Abdellah est du type polyvalent, c'est-à-dire, qu'il accompagne le porteur de projet depuis la maturation de l'idée jusqu'à la création proprement dite de l'entreprise tout en assurant aussi un suivi après la création. Le processus d'incubation adopté par cette structure comporte trois phases à savoir la pré-incubation, l'incubation et la post-incubation. L'incubateur remplit aussi la fonction de pépinière d'entreprise dans la mesure où il héberge et accompagne des jeunes entreprises déjà établies à condition qu'elles soient âgées de moins de 5 ans. Il est doté d'un ensemble de moyens et services nécessaires au démarrage de la jeune entreprise innovante. Tous ces éléments viennent soutenir notre première hypothèse.

Selon notre enquête, les principales raisons qui poussent les créateurs d'entreprises à faire appel au service de l'incubateur sont, principalement, la recherche d'un espace de travail et l'accès au service de coaching et mentorat assuré par le staff de l'incubateur. Cependant, en plus de ces services, les créateurs ont accès à d'autres services tels que les formations, l'accès

au réseau professionnel de l'incubateur, opportunité de rencontre avec d'autres entreprises à travers les salons, les foires et d'autres événements organisés par l'incubateur ou co-organisés avec ses partenaires ou même les start-ups hébergées. Nous avons observé que les entrepreneurs, qui bénéficient ou qui ont bénéficiés d'un hébergement et d'un accompagnement, étaient plutôt satisfaits principalement par rapport à la qualité des installations et les frais d'accès associés et aussi concernant la possibilité d'accès au réseau de l'incubateur (rencontre avec d'autres entreprises, contacts avec des clients potentiels, des fournisseurs, etc.). De ce fait, nous rejetons notre deuxième hypothèse, car nous avons remarqué que l'incubateur a un impact positif sur le processus de création et même une fois l'entreprise créée.

Cependant, les actions et les moyens mobilisés par l'incubateur souffrent de quelques insuffisances, ce qui réduit, sans doute, leur performance et leur efficacité. En effet, l'analyse des résultats montre que le rôle et l'action de l'incubateur pourraient être reconsidérés sur quelques registres d'intervention essentiels, principalement concernant l'accès à une source de financement, condition nécessaire et premier levier pour la création d'entreprises innovantes. Par conséquent, même si un incubateur d'entreprise, théoriquement, facilite l'accès aux moyens de financement pour les porteurs de projet et les entreprises, les résultats de notre étude nous poussent à infirmer notre troisième hypothèse qui dit que l'adhésion à une structure incubatrice facilite l'accès aux moyens de financement. De ce fait nous retenons notre première hypothèse qui affirme que l'incubateur offre un espace de travail et un accompagnement pendant tout le processus de création et même après la création de l'entreprise, ce qui minimise les obstacles rencontrés par les créateurs.

Cependant, un autre aspect à améliorer aussi, selon nos résultats, est la qualité de prestation de service concernant l'assistance et formation des entrepreneurs hébergés. Ces insuffisances proviennent, certainement, de la jeunesse de l'incubateur et même de la réalité d'incubation en Algérie, qui est encore dans une phase de démarrage.

Avant de terminer, il est important de mentionner les limites particulières de cette recherche qui peuvent gêner l'interprétation et la compréhension de nos résultats, ainsi que les pistes de recherches que nous jugeons utiles pour améliorer ou compléter les résultats obtenus. La première limite provient de la localisation géographique des autres incubateurs qui se trouvent dans des villes éloignées, raison qui nous a empêchés d'élargir notre champ d'enquête et ainsi réduire notre échantillon. La deuxième limite est due au manque d'information concernant les entreprises créées au sein de l'incubateur de Sidi Abdellah et qui

Conclusion générale

ont quittées la structure, de fait nous avons pu entrer en contact et interviewer un seul entrepreneur passé par le processus d'incubation. Cependant, le travail réalisé et les limites identifiées suggèrent de nombreuses pistes de recherche. Ainsi, cette étude pourrait être étendue à un plus grand nombre d'incubateurs et réalisée sur un échantillon comprenant aussi bien des créateurs d'entreprises que des dirigeants des incubateurs. Les données, obtenues dans ces conditions, pourraient probablement permettre d'affiner nos premiers résultats.

Bibliographie

Ouvrage :

1. BERNASCONI M. et MONSTED M., « Les Startups High-tech : Création et développement des entreprises technologiques », Dunod, Paris, 2000.
2. CAPRON Henri, « Entrepreneuriat et création d'entreprise, facteurs déterminants de l'esprit d'entreprise », éd. De Boeck, Bruxelles, 2009.
3. FAYOLLE A. et FILION L. J., « Devenir entrepreneur : des enjeux aux outils », éd. Pearson Education, Paris, 2006.
4. ROGERS Everett M., « *Diffusion of innovations* », 3th edition, *The Free Press, New York*, 1983.
5. ROWE David N. E., « *Setting up, managing and evaluating EU science and technology parks, an advice and guidance report on good practice* », *Publications Office of the European Union, Luxembourg*, 2014.
6. VERSTRAETE T. et SAPORTA B., « Création d'entreprise et entrepreneuriat », édition de l'ADREG, janvier 2006.

Revue, articles et communication :

1. ABEDOU A., BOUYACOUB A. et KHERBACHI H., « L'entrepreneuriat en Algérie 2009/2012, *Global Entrepreneurship Monitor* », GIZ Algérie, 2013.
2. ALBERT P., BERNASCONI M. et GAYNOR L., « Les incubateurs : émergence d'une nouvelle industrie. Comparaison des acteurs et de leurs stratégies. » Ministère de l'Economie des Finances et de l'Industrie, Paris, 2002.
3. ALBERT P., FAYOLLE A. et MARION S., « *L'évolution des systèmes d'appui à la création d'entreprises.* », *Revue Française de Gestion*, n°101, 1994
4. ALBERT P., MOUGENOT P., « La création d'entreprises high-tech », *Revue Française de Gestion*, mars-avril-mai, 1988.
5. AL-MUBARAKI H. M. et BUSLER M. « *Business incubators models of the USA and UK: a SWOT analysis* », *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, Vol. 6, No. 4, 2010.
6. AKNINE S. R. et FERFERA Y., « Entrepreneuriat et création d'entreprise en Algérie : une lecture à partir des dispositifs de soutien et d'aide à la création des entreprises », *Revue des Sciences Économiques et de Gestion*, N°14, 2014.
7. BERNASCONI M., « Création d'entreprises technologiques : un modèle intégrateur en trois temps », Séminaire AIRPME, 23-24 octobre, Agadir (Maroc), 2003.

8. BORGES C., BERNASCONI M., et FILION L. J., « La création des entreprises de haute technologie (EHT) Examen de la documentation », HEC Montréal, Cahier de recherche no. 11, 2003.
9. CERTHOUX Gilles, « Relation Entrepreneur - Business Angel et création de valeur : l'exemple du cas ATE », 5^{ème} Congrès International de l'Académie de l'Entrepreneuriat, 2007.
10. *Cleantech Incubation Policy and Practice « Recipes for creating cleantech incubator hotspots in Europe »*, June 2014.
11. Commission européenne, « Livre vert : esprit entrepreneurial en Europe », Bruxelles, 2003.
12. Commission européenne, « Le capital d'investissement : clé de la création d'emplois », Supplément A, « Analyses économiques », n° 12, décembre 1999.
13. DA SILVA F. Q. B., « *Incubation in Science Parks* » UNESCO-IASP Pre-conference Workshop on Fundamentals of Science Park Management, Johannesburg, South Africa, September 2008.
14. European Commission, « *The Smart Guide to Innovation-Based Incubators (IBI)* », Publications Office of the European Union, Luxembourg, 2010.
15. European Commission Enterprise Directorate General, « *Benchmarking of Business Incubators* », Final Report, Centre for Strategy & Evaluation Services (CSES), Belgium, 2002.
16. HADDAD Samia, « Processus de création des entreprises innovantes en Tunisie : résultats d'une étude exploratoire » Revue internationale P.M.E. : économie et gestion de la petite et moyenne entreprise, vol. 26, n° 1, 2013.
17. JAZZIRI R., « Une vision renouvelée des paradigmes de l'entrepreneuriat : vers une reconfiguration de la recherche en entrepreneuriat » Actes du Colloque International sur « Entrepreneuriat et Entreprise : nouveaux enjeux et nouveaux défis », Gafsa, 2009.
18. KHIARI Sonia et AMEWOKUNU Yao, « De la création ex nihilo d'entreprises innovantes : Proactivité libre, forcée ou ambivalente ? », XVI^{ème} Conférence Internationale de Management Stratégique, Montréal, 2007, p. 8.
19. KITTS Tracy « *The Value of Business Incubation and Best Practices* », celebrating 25 years of the National business incubation association, NBIA, 2010.
20. KLOKKARIS Ermis, « *Description of different of type of sciences/technology parks and their physical planning requirements* », Establishment of a science/technology park in Cyprus, ministry of interior, 2004.

21. LEDUCQ Divya et LUSSO Bruno, « Le cluster innovant : conceptualisation et application territoriale », *European Journal of Geography*; mise en ligne le 07/03/2011 <http://cybergeog.revues.org/23513>.
22. Manuel d'Oslo, « Principes directeurs pour les recueils et l'interprétation des données sur l'innovation » 3^e édition, éditions OCDE, Paris, 2005.
23. MOREIRA António C. and CARVALHO Marta F. S., « *Incubation of New Ideas: Extending Incubation Models to Less-Favored Regions* », *Entrepreneurship - Creativity and Innovative Business Models*, Published online 29, February 2012.
24. Nations Unies, « Améliorer les performances innovatrices des entreprises », moyens d'action et instrument pratiques, office des Nations Unies, Genève, 2009.
25. RAHMOUNI M. et YILDIZOGLU M., « Motivations et déterminants de l'innovation technologique : Un survol des théories modernes ». Document de Travail n°2011-09, Ecole des Hautes études en Sciences Sociales, Universités d'Aix-Marseille II et III, 2011.
26. REYNOLDS P. D., HAY M. et coll., « *Global Entrepreneurship Monitor, 2000 Executive Report* », *Center for Entrepreneurial Leadership at the Ewing Marion Kauffman Foundation, 2000*.
27. VERSTRAETE T. et FAYOLLE A., « Paradigmes et entrepreneuriat », *Revue de l'entrepreneuriat*, vol 4, n° 1, 2005.
28. VUARIN P. et RODRIGUEZ M., « *Innovation and communication within leader* », *Leader Magazine*, n 7, 1994.
29. SAMUELSON M., « *Modeling the nascent venture opportunity exploitation process across time* », *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 2001.
30. UKBI « *Best Practice in Business Incubation: The complete best practice handbook* », *UK Business Incubation Ltd, United Kingdom, 2009*.
31. *United Nation Conference on Trade and Development*, « *Policies to promote collaboration in science, technology and innovation for development: The role of science, technology and innovation parks* », *Trade and Development Board Investment, Enterprise and Development Commission, Geneva, April 2015*.

Mémoires et thèses :

1. BRUYAT Christian, «Création d'entreprise : contribution épistémologique et modélisation », Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion, Business administration, Université Pierre Mendès-France - Grenoble II, 1993.
2. CHELLY A., « Les processus de génération d'opportunités entrepreneuriales : une recherche exploratoire auprès d'entrepreneur tunisien. », Thèse pour le doctorat en sciences de gestion, université du Sud Toulon-Var, 2006.
3. CHENCHEH Oussama « Les déterminants de l'adoption du *e-banking* par les institutions financières et la clientèle organisationnelle, et son impact sur l'approche relationnelle : cas de l'*internet-banking* en Tunisie » mémoire présenté à l'Université de Québec à Montréal, 2011.
4. FIRLAS Mohammed., « impact des politiques d'aide à l'entrepreneuriat sur l'émergence d'esprit d'entreprise chez les jeunes » mémoire en vue de l'obtention du diplôme de magister en sciences de gestion, UMMTO, 2012.
5. GUYOT J-L et VAN ROMPAYE B., « Entrepreneuriat et création d'entreprise, revue de la littérature et état de la recherche », *discussion paper* N° 0201, Ministère de la Région wallonne, 2002.
6. KOMPAORE B. E. O., « Les facteurs déterminants de la capacité à réussir l'innovation dans les PME manufacturières », Mémoire présenté à l'Université du Québec à Trois Rivières, 2008.
7. MARCIL Frédérick, « Incuber l'entrepreneur pour développer l'économie locale : l'expérience LaCERE à Acton Vale », mémoire présenté pour l'obtention de la maîtrise en administration des affaires, Université du Québec à Trois-Rivières, 2013.
8. MASMOUDI Mohamed R., « Etude exploratoire des processus et modèles d'incubation en entrepreneuriat : cas des pépinières tunisiennes », *Business administration*, Université du Sud Toulon Var, France, 2007.
9. TRIANTAFYLLOPOULOU Christina, « *Business Incubators : From Theory to Practice* », travail présenté en vue d'obtention du diplôme de Master de la science économique et en affaires et stratégie, Université de Pirée, Grèce, 2006.
10. TOUNES A., « L'Entrepreneur : l'odyssée d'un concept » Centre de Recherche et d'Etudes en Gestion des Organisations, article n° 03-73, IAE de Rouen – CREGO.

11. WANG Y., « L'évolution de l'intention et le développement de l'esprit d'entreprendre des élèves ingénieurs d'une école française : une étude longitudinale » *Engineering Sciences*, Ecole Centrale de Lille, France, 2010.

Site internet :

1. <http://algerianstartupinitiative.com/>
2. <http://www.alinov.org/>
3. <http://www.angem.dz/>
4. <https://www.anpt.dz/>
5. <http://www.ansej.org.dz/>
6. <http://www.anvredet.dz/>
7. <http://www.batavianewyork.com/>
8. <http://www.cnac.dz/>
9. <http://www.djezzy.dz/>
10. <http://www.franceangels.org/>
11. <http://www.infodev.org/>
12. <http://www.liberte-algerie.com/>
13. <http://www.inbia.org/>
14. <http://www.sophia-antipolis.org/>
15. <http://www.wukbi.co.uk/>

Liste des tableaux, des figures et des annexes

Liste des figures

Figure 1 : Les deux conceptions du processus d'incubation.	55
Figure 2 : Processus d'incubation (Triantafyllopoulou Christina)	56
Figure 3 : Modèle d'un incubateur généraliste	57
Figure 4 : Le processus d'incubation (Masmoudi Raef)	58
Figure 5 : L'incubateur d'idées (pré-incubateur)	61
Figure 6 : Répartition de l'effectif selon leur statut	81
Figure 7 : Les principales raisons poussant à l'appel à l'incubateur	83
Figure 8 : Appréciation des services offerts par l'incubateur	85
Figure 9 : Appréciation des services offerts par l'incubateur (Start-up)	86

Liste des tableaux

Tableau 1 : Structure de l'incubateur	72
Tableau 2 : L'âge des créateurs d'entreprise	81
Tableau 3 : Statut professionnel et niveau d'étude des créateurs	82
Tableau 4 : Premier contact avec l'incubateur	83
Tableau 5 : Le temps passé dans l'incubateur	84

Liste des annexes

Annexe 1 : Questionnaire destiné aux porteurs de projets et startup installés dans l'incubateur de Sidi Abdellah	99
Annexe 2 : Grille de l'entretien avec les entrepreneurs ayant bénéficiés d'un accompagnement au sein de l'incubateur de Sidi Abdellah.	102
Annexes 3 : Fiche de projet.....	104

Annexes

Annexe 1 : Questionnaire destiné aux porteurs de projets et startup installés dans l'incubateur de Sidi Abdellah

Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou

Questionnaire d'enquête dans le cadre d'un mémoire de Master en Sciences Commerciales, option Marketing et Management des Entreprises.

Thème : Entrepreneuriat et l'utilité des incubateurs dans le lancement de projets innovants.

Cette présente étude revêt un caractère purement scientifique. Elle est tout à fait anonyme et confidentielle. La qualité et la précision de votre réponse en assureront la réussite.

Merci à l'avance pour votre collaboration.

1. Etes-vous un(e) :

- Porteur de projet ; (répondez jusqu'à la question 8)
- Startup (créée au sein de l'incubateur) ;
- Startup (directement insérée au sein de l'incubateur, sans passer par le processus d'incubation).

2. Où se situe votre âge à l'intérieure de ces intervalles ?

- Moins de 18 ans ;
- Entre 18 et 25 ans ;
- Entre 26 et 35 ans ;
- 36 ans et plus.

3. Quel était votre statut professionnel avant d'entrer à l'incubateur ?

- Etudiant
- Ouvrier, merci de spécifier dans quel domaine : _____
- Employé, merci de spécifier dans quel domaine : _____
- Chômeur, merci de spécifier depuis combien de temps : _____
- Autres : _____

4. Quelle est votre niveau d'étude ?

- Bac ;
- Licence ;
- Ingénieur ;
- Master ;
- Autre : _____

5. Comment avez-vous appris l'existence de l'incubateur ?

- Bouche à oreille ;
- Presse ;
- Internet ;
- Réseaux sociaux ;
- Radio ;
- Télévision ;
- Autre : _____

6. Quelles sont les raisons qui vous ont poussées à rejoindre l'incubateur ? (choisissez 3 réponses maximum)

- Les frais d'accès aux services offerts par l'incubateur (hébergement, conseils, formations,);
- Avoir accès à un espace de travail ;
- Facilité d'accès au financement ;
- Le coaching et mentorat ;
- Formations offertes par l'incubateur ;
- L'accès au réseau de l'incubateur (entrepreneurs, experts, institutions financières,);
- Pour gagner en visibilité et crédibilité
- Autre : _____

7. Depuis quand êtes-vous hébergé dans l'incubateur ?

- Moins de 3 mois ;
- Entre 3 et 9 mois ;
- Entre 9 et 21 mois ;
- 21 mois et plus.

8. Sur une échelle de 1 à 5, donnez une notation à chacun des matériaux/moyens mis à votre disposition par l'incubateur. (1 étant la plus mauvaise et 5 la meilleure note) :

	1	2	3	4	5
Bureaux et espace de travail					
Les services liés aux moyens de communication et technologies					
Aide à la préparation du business plan					

Volet exclusivement dédié aux startups

9. Sur une échelle de 1 à 5, donnez une notation à chacun des matériaux/moyens mis à votre disposition par l'incubateur, selon son degré d'importance dans le processus d'incubation (1 étant la plus mauvaise note et 5 la meilleure note).

	1	2	3	4	5
Accès aux infrastructures de l'incubateur (salle de réunion, laboratoires)					
Accès au réseau de l'incubateur (entrepreneurs, experts, investisseurs)					
Accès aux moyens de financement					
Assistance et formation sur des aspects techniques, commerciaux, financières, légaux					
Opportunités de rencontres avec d'autres entreprises, contacts avec des clients potentiels					
Possibilité de relations avec d'autres incubés					
Crédibilité/visibilité associé à l'accès dans l'incubateur ;					
Rapport qualité-prix de l'espace de travail mis à votre disposition par l'incubateur.					

10. Votre « entreprise » commercialise déjà un (des) produit (s) ou service (s) ?

- Oui ;
 Non.

11. Avez-vous déjà recruté des salariés au sein de votre startup ?

- Oui ;
 Non ;

12. Si oui, citez le nombre :

- 1 ;
 2 ;
 3 ;
 4 ou plus.

Annexe 2 : Grille de l'entretien avec les entrepreneurs ayant bénéficiés d'un accompagnement au sein de l'incubateur de Sidi Abdellah.

I. Identification

Question 1 : Aviez-vous quel âge au moment de la création de votre entreprise ?

Question 2 : Quel était votre niveau d'étude au moment de la création de l'entreprise ?

Question 3 : Quel était votre statut professionnel avant d'entrer à l'incubateur ?

Question 4 : Quelle a été votre motivation ou d'où est venu l'idée de création de votre entreprise ?

II. Compétences et ressources

Question 5 : Aviez-vous des compétences dans le domaine des TIC avant votre entrée dans l'incubateur ?

Question 6 : Déteniez-vous les ressources financières nécessaires avant d'entrer dans l'incubateur ?

III. Incubation

Question 7 : Quelles sont les principales raisons qui vous ont poussées à rejoindre l'incubateur ?

Question 8 : Quelles ont été les apports de l'incubation à votre projet ?

Question 9 : Avez-vous trouvé des clients au cours ou après la création effective de votre entreprise ?

Question 10 : Il a fallu combien de temps pour que votre idée se transforme en une entreprise (startup) ?

Question 11 : Combien de temps avez-vous passé dans l'incubateur ?

Question 12 : L'incubateur a-t-il été décisif lors de la recherche du financement ?

IV. Post incubation

Question 13 : Avez-vous recruté du personnel pendant que vous étiez hébergé ?

Question 14 : Avez-vous bénéficié d'un suivi après avoir quitté l'incubateur ? Comment ?

Question 15 : Pensez-vous que le passage par l'incubateur a été décisif dans la création de votre entreprise ?

Question 16 : Combien de salariés comptez-vous aujourd'hui ?

Grille de réponse de l'entreprise GUIDINI.

Réponse 1 : « *Au moment de la création j'avais 23 ans* ».

Réponse 2 : « *J'avais un bac +2* »

Réponse 3 : « *J'étais étudiant en 2^{ème} à la faculté de journalisme* »

Réponse 4 : « *Le moment où je me suis lancé dans le e-commerce en 2008 il n'y avait aucune entreprise de vente en ligne en Algérie, donc j'ai décidé d'être le premier* ».

Réponse 5 : « *Oui, j'ai fait une formation de développement web, ce qui m'a aidé à développer mon site* ».

Réponse 6 : « *Non, au début j'avais quelques ressources personnelles mais j'ai été obligé à passer par l'ANSEJ pour financer mon projet* »

Réponse 7 : « *Il est difficile de se lancer seul car ce domaine nécessite une maîtrise de l'information par rapport à la législation, lois, orientation, et comme c'était le seul incubateur. Premièrement, c'était pour avoir l'accès à un financement mais à la fin il n'y a pas eu de financement, deuxièmement, c'était pour la formation et le coaching et aussi pour avoir accès au réseau professionnel car l'incubateur réunit les acteurs importants du domaine des TIC*»

Réponse 8 : « *Dans mon cas j'ai bénéficié des apports logistiques. En plus j'ai aussi bénéficié du réseau professionnel, des événements organisés par l'incubateur, les conseils, suggestions et des informations* ».

Réponse 9 : « *J'avais trouvé des clients avant, malheureusement la bureaucratie de la direction de l'incubateur m'a bloqué plusieurs opportunités, à titre d'exemple j'ai été hébergé dans l'incubateur depuis 2010 et c'est jusqu'en 2014 qu'ils m'ont fait le contrat de location* ».

Réponse 10 : *Mon idée a été concrétisée les 5 premiers mois. J'avais déjà des clients et j'ai commencé la vente, le blocage m'a obligé à créer mon entreprise hors incubateur.*

Réponse 11 : *De 2010 à 2015.*

Réponse 12 : *Sincèrement, je ne réponds pas à cette question.*

Réponse 13 : *Oui, dès la signature du contrat en 2014 j'ai commencé à recruter et j'ai atteint le nombre limite d'employés qui est 4 parce que la station est faite pour 4 personnes.*

Réponse 14 : « *Aucun suivi* »

Réponse 15 : « *Mon entreprise est un vrai exemple de réussite, heureusement grâce à mes savoirs et ma volonté avec ou sans passage par l'incubateur. Je ne trouve pas des vrais potentiels à rester à l'incubateur avec le même niveau de gestion* ».

Réponse 16 : « *J'ai six salariés malgré les charges élevées* ».

Annexes 3 : Fiche de projet

**AGENCE NATIONALE DE PROMOTION ET DE
DEVELOPPEMENT DES PARCS TECHNOLOGIQUES**



APPEL A PROJETS

**PROMOUVOIR L'INNOVATION DANS LES TECHNOLOGIES
DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION « TIC »**

INCUBATEUR « TECHNOBRIDGE » DE SIDI ABDELLAH

**FICHE-PROJET
CREATION D'ENTREPRISE DANS LES
TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE
LA COMMUNICATION (TIC)**

**LA PRESENTE FICHE SERA TRAITEE EN TOUTE CONFIDENTIALITE. SA DIFFUSION SERA
LIMITEE A L'EQUIPE DE L'INCUBATEUR, AUX EXPERTS ET AU CONSEIL DE SELECTION.**

N° PROJET (interne incubateur) : _____

LE PROJET

A - CARACTERISTIQUES ET COMPETENCES DU PORTEUR OU DE L'EQUIPE PROJET

Identification du Porteur de projet principal

Nom :

Prénom :

Né(e) le : à Nationalité : Age :

Adresse :

Code postal /Ville :

: Portable : E-mail :

Niveau de formation (joindre CV) :

BAC BAC +2 BAC +3 BAC+4/5 DOCTORAT AUTRES

Préciser:

Situation professionnelle : Etudiant Salarié Demandeur d'emploi

Chercheur/Enseignant-chercheur Doctorant/post-doctorant

Autre :

L'équipe créatrice

Allez-vous créer en équipe ? Non Si oui

Combien de personnes : (Joindre les CV)

Nom & prénom projet	Compétences/Formation	Rôle prévu dans le projet
1.
2.
3.

B- LE CONCEPT

Décrire succinctement le projet et son origine, objet de l'entreprise et les cibles principales

.....
.....
.....
.....

C- CARACTERISTIQUES TECHNIQUES ET FONCTIONNELLES DU PRODUIT / SERVICE / DANS LE CADRE DU PROJET :

Donner une description détaillée du produit ou service

.....
.....
.....
.....

Caractère innovant de la technologie ou service proposés :

.....
.....

Travaux de recherche ayant abouti à l'innovation :

.....
.....

Laboratoires ou organismes impliqués

Titres de propriété

Intellectuelle :

Niveau de maturité du produit/service :

Preuve de concept Prototype Test en interne Test chez le client

Commercialisable

Etat d'avancement du projet et démarches entreprises (Ex : création juridique, demandes subventions, étude de marchés, etc.) :

Moyens financiers:.....

LE MARCHE

Cibles de marché identifiées :

.....
.....
.....
.....

La Concurrence :

.....
.....
.....
.....

Les avantages :

1- L'innovation du produit ou service :

.....
.....
.....

2- Du produit ou service par rapport à la concurrence, à tous les niveaux (technique, économique, organisationnel) :

.....
.....

Les clients potentiels :.....

L'INCUBATION

Les attentes du Porteur de projet de l'incubateur :

.....
.....
.....
.....

LISTE DES INFORMATIONS CONSIDEREES PAR LE PORTEUR COMME INFORMATIONS CONFIDENTIELLES :

.....
.....
.....

Je, soussigné(e),..... atteste sur l'honneur que l'ensemble des déclarations ci-dessus sont exactes.

Date :

Signature :

Table des matières

Remerciements	i
Dédicace	ii
Sommaire	iii
Liste des abréviations	iv
Introduction générale	1
Chapitre 1 : Entrepreneuriat et création d'entreprise	6
Introduction	7
Section 1 : L'esprit entrepreneurial	9
1.1 -L'entrepreneur	10
1.2 - Les motivations de l'entrepreneur	11
1.2.1 - Les motivations d'ordre personnel	12
1.2.2 - Les motivations d'ordre familial	12
1.2.3 - Les motivations d'ordre financier	13
Section 2 : L'appui à l'entrepreneuriat	14
2.1-Définition du concept	14
2.2- Les outils et mécanismes d'appui à l'entrepreneuriat	15
2.2.1 - La sensibilisation	15
2.2.2 - L'accompagnement et conseil	16
2.2.3 - La formation	16
2.2.4 - La logistique	16
2.2.5. Le financement	17
Section 3 : Bref aperçu sur l'entrepreneuriat en Algérie	17
3.1 - L'évolution de l'activité entrepreneuriale en Algérie	18
3.2 - Politiques publiques de promotion de l'entrepreneuriat	19
3.2.1-Le soutien financier	19
3.2.1.1 - Agence Nationale de Développement de la Petite et Moyenne Entreprise (ANDPME)	20
3.2.1.2 - L'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ)	20
3.2.1.3 - L'Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI)	20
3.2.1.4 - L'Agence Nationale pour la Gestion du Microcrédit (ANGEM)	20
3.2.1.5 - Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC)	20
3.2.2-Les structure d'accompagnement et conseil	21
3.2.2.1- L'Agence Nationale de Valorisation des Résultats de la Recherche et du Développement Technologique (ANVREDET)	21
3.2.2.2- Les centre de facilitation	21
3.2.2.3 - Les pépinières d'entreprises	22
3.2.2.4 - Les incubateurs d'entreprises	22
3.3-Des initiatives privées pour la promotion de l'entrepreneuriat en Algérie	23
3.3.1 - Académie Algérienne de l'Entrepreneuriat	23
3.3.2- « <i>Algerian Start up Initiative (ASI)</i> »	23
3.3.3 - Alinov Algérie	24
3.3.4 - « <i>Fikra</i> » de Djezzy	24
Conclusion	25
Chapitre II : Les entreprises innovantes	26
Introduction	27
Section 1 :L'innovation à l'ère de l'expansion technologique	28
1.1-Définition de l'innovation	28
1.2-Typologie d'innovation	29
1.2.1-Typologie selon l'objet de l'innovation	29

1.2.1.1-Innovation de produit	29
1.2.1.2-Innovation de procédé	30
1.2.1.3-Innovation organisationnelle	30
1.2.1.4-Innovation de commercialisation	30
1.2.2- Typologie selon le degré de nouveauté	31
1.2.2.1-Innovation radicale	31
1.2.2.2-Innovation incrémentale	31
Section 2 : Particularités du processus de création des entreprises innovantes	32
2.1-Définition des entreprises innovantes	32
2.2.-Particularités du processus de création des entreprises innovantes	34
2.2.1-L'entrepreneur innovateur	35
2.2.1.1 - L'âge et niveau d'éducation	35
2.2.1.2 - L'expérience	35
2.2.1.3 - Les Motivations	36
2.2.2-Les déterminants environnementaux de la création des entreprises innovantes	36
2.2.2.1-Le milieu innovateur	36
2.2.2.2 - Les dispositifs d'appui à la création d'entreprise	37
2.2.2.2.1 - Les réseaux d'accompagnement, conseil et formation	38
2.2.2.2.2 - Les structures d'appui financier	38
Section 3 : Les parcs scientifiques et technologiques : un mécanisme de soutien à l'innovation	40
3.1 - Définition de parcs scientifiques et technologiques	40
3.2 - Les objectifs d'un parc scientifique et technologique	41
3.3 - Typologie des parcs scientifiques et technologiques	43
3.3.1 - Typologie selon leur localisation	43
3.3.1.1 - Le type urbain	43
3.3.1.2 - Le type périurbain	43
3.3.1.3 - Le type vert	43
Conclusion	45
Chapitre III : Le phénomène d'incubation : des concepts aux processus	46
Introduction	47
Section 1 : Concepts de base sur les incubateurs	48
1.1 - L'origine des incubateurs	48
1.2 - Définition d'incubateur et d'incubation	49
1.3 - Les facteurs de succès des incubateurs	50
Section 2 - Les modèles d'incubateurs	51
2.1-L'incubateur de développement économique local	52
2.2 - L'incubateur universitaire ou scientifique	53
2.3 - L'incubateur propriété d'une firme	53
2.4 - Les incubateurs virtuels	54
Section 3 : Le processus d'incubation	55
3.1 - La Sélection	58
3.1.1 - Les critères de sélection	58
3.1.1.1 - Le stade des entreprises	59
3.1.1.2 - Les objectifs de l'incubateur	59
3.1.1.3 - Secteur d'activité de l'entreprise	59
3.1.1.4 - Les partenaires Incubateur	59
3.1.1.5 - Caractéristiques de l'entreprise	59
3.2 La phase de pré-incubation	60
3.3 - La phase d'incubation	61

3.3.1-Installations et services bureautiques	62
3.3.2 - Les conseils et assistance	63
3.3.3 - Formation et coaching	63
3.3.4 - Médiation et réseautage	63
3.3.5 - L'accès au financement	64
3.4-Post-incubation	64
3.4.1-La durée de la phase d'incubation	64
3.4.2-Des outils de suivi	65
3.4.3-Infrastructure de soutien pour la croissance	65
Conclusion	66
Chapitre IV : Etude de terrain sur les aides apportées aux porteurs de projets innovants au sein de l'incubateur de Sidi Abdellah	67
Introduction	68
Section 1 : Présentation du Cyber parc de Sidi Abdellah et de son incubateur	69
1.1 - Le Cyberparc de Sidi Abdellah	69
1.1.1 - Le Multilocataire	70
1.1.2 - L'incubateur	70
1.1.3 - Le centre d'études et de recherche des TIC (CERTIC)	70
1.1.4 - Des terrains	70
1.2 - L'incubateur du cyberparc de Sidi Abdellah	71
1.2.1 - Le dispositif d'incubation	71
1.2.2 - Objectifs de l'incubateur	73
1.2.3 - Les missions de l'incubateur	73
1.2.4 - Hébergement et accompagnement dans l'incubateur	74
1.2.4.1 - Hébergement et accompagnement des porteurs de projet	74
1.2.4.2 - Hébergement et accompagnement des startups	74
Section 2 : Le processus d'incubation dans l'incubateur de Sidi Abdellah	76
2.1 - Appel à projet et pré-sélection	76
2.2 - La phase de pré-incubation	77
2.3 - La phase d'incubation	77
2.3.1 - Formation	78
2.3.2 - Les conseils et assistance	78
2.4 - La phase de post-incubation	79
Section 3 : Présentation et analyse des résultats de l'enquête	79
3.1 - Mode de collecte de données et description de l'échantillon	80
3.2 - Répartition de l'effectif	80
3.3 - L'âge des entrepreneurs/créateurs	81
3.4 - Niveau d'étude et statut professionnel des entrepreneurs/créateurs	81
3.5 - La notoriété de l'incubateur auprès des porteurs de d'idée/projet et des start-ups	82
3.6 - Les principales raisons poussant à l'appel à l'incubateur	83
3.7 - Le temps passé dans l'incubateur	84
3.8 - Services et activités de l'incubateur	85
Conclusion	87
Conclusion générale	88
Bibliographie	92
Liste des tableaux, figures et annexes	98
Annexes	99

Résumé

Reconnu comme étant un dispositif de soutien à la création d'entreprises innovantes, un incubateur d'entreprise, généralement, pourvoit d'une manière abordable, un espace de travail, un accès aux informations, des formations et coaching, des services de conseils et un accès à son réseau professionnel. Ce faisant, il participe à la promotion de la création d'entreprise et prend ainsi une place dans le développement économique d'une région. Ce travail a pour but d'analyser l'apport de ces structures dans le processus de création d'entreprise et il s'appuie sur une recherche méthodologique consolidé par une étude de terrain auprès l'incubateur du cyber parc de Sidi Abdellah. A travers cette étude nous avons pu identifier, d'une part, les créateurs d'entreprises innovantes, leurs caractéristiques et leurs besoins, et d'autre part, les avantages liés à l'adhésion à un incubateur d'entreprise.

Mots clés : incubateur d'entreprise, création d'entreprise, entreprises innovantes, startup, entrepreneuriat, appui, innovation, parc scientifique et technologique, entrepreneur.