

UNIVERSITE MOULOU D MAMMERRI DE TIZI-OUZOU

FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET DES SCIENCES DE GESTION

DEPARTEMENT DES SCIENCES ECONOMIQUES

Mémoire de fin de cycle

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

Spécialité : Développement local, tourisme et valorisation du patrimoine

Thème

**L'insertion des diplômés de l'enseignement supérieur
par l'entrepreneuriat**

**Cas de l'Université Mouloud MAMMERRI de
Tizi-Ouzou**

Réalisé par :

M^{lle}: AHMEDI Kahina

Dirigé par :

M^r: M.O OUSSALEM

Soutenu publiquement devant le jury composé :

Président : **M. DAHMANNI Mohammed**, Professeur à l'UMMTO

Rapporteur : **M. OUSALEM Mohand Ouamar**, Chargé de cours à l'UMMTO

Examineur : **M. ABRIKA Belaid**, Maître de conférences classe « A » à l'UMMTO

Examineur : **M. FIRLAS Mohammed**, Maître assistant classe « A » à l'UMMTO

Invité : **M. MACHOUCHE Lyes**, Formateur à l'ANSEJ de Tizi-Ouzou

Date de soutenance : 27/10/2020

« Sans entrepreneurs, le monde ne serait toujours qu'une idée »

G. DOROT

REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier toutes les personnes qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation et surtout au succès de mon projet de mémoire (stage pratique et rédaction de mémoire)

Je souhaiterais à l'occasion, remercier particulièrement mon encadreur de mémoire Monsieur OUSSALEM Mohand Ouamar Enseignant à l'UMMTO pour sa patience, sa disponibilité, sa méticuleuse attention et surtout pour ses conseils judicieux et ses précieuses orientations qui m'ont aidé à avancer dans mon travail, l'enrichir malgré les conditions défavorables (Covid19 et confinement).

Je tiens à témoigner ma gratitude à Monsieur ABRIKA Belaid, Chef de spécialité au département des Sciences Economiques à l'UMMTO. Je le remercie pour son assurance, sa confiance et son soutien inestimable. Sans oublier ses orientations qui m'ont offert la chance de rencontrer des personnes importantes pour le suivi de ma recherche scientifique.

Je désire remercier toute l'équipe pédagogique à l'UMMTO, en particulier les professeurs qui m'ont fournis le patrimoine pédagogique nécessaire à la réussite de mes études universitaires.

Je tiens à remercier les membres de jury Professeur DAHMANI Mohammed, Docteur ABRIKA Belaid, Monsieur FIRLAS Mohammed qui ont accepté d'évaluer mon travail.

Un grand merci à toutes les personnes qui m'ont soutenu lors de mon stage pratique, à leur tête Monsieur MACHOUCHE Lyes, mon encadreur et formateur à l'ANSEJ. A tous les entrepreneurs et étudiants qui ont accepté de répondre à mon enquête à travers un modeste questionnaire.

Je désire aussi exprimer ma profonde reconnaissance envers ma famille, mes amis et mes camarades qui ont apporté un soutien moral et intellectuel tout au long de ma démarche.

Liste des abréviations

ADS : Agence de Développement Social

ANDI : Agence Nationale du Développement de l'Investissement

ANEMO : Agence Nationale de l'Emploi et de la Main d'Œuvre

ANGEM : Agence Nationale de Gestion de Micro Crédit

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

BNA : Banque Nationale d'Algérie

BTPH : Bâtiment Travaux Publics et Hydrauliques

CASNOS : Caisse Nationale de la Sécurité Social des Non-Salariés

CMT : Crédit A Moyen Terme

CNAC : Caisse Nationale Assurance Chômage

CNAS : Caisse Nationale de la Sécurité Social

CNI : Conseil National de l'Investissement

CSVF : Comité de Sélection, de Validation et de Financement des projets

DOAE : Décision d'Octroi d'Avantage au titre de la phase Exploitation

DOAR : Décision d'Octroi d'Avantages au titre de la phase Réalisation

FGMMC : Fonds de Garantie Mutuelle des Micro Crédits

FMI : Fond Monétaire International

GEM : Global Entrepreneurship Monitor

IRG : Impôt sur le Revenu Global

IBS : Impôt sur les Bénéfices des Sociétés

MDE : Maison de l'Entrepreneuriat

ONS : Office National des Statistiques

PAS : Programme d'Ajustement Structurel

PIB : Produit Intérieur Brut

PME : Petite et Moyenne Entreprise

PNR : Prêt Non Rémunéré

TAP : Taxe sur l'Activité Professionnelle

TVA : Taxe sur la Valeur Ajoutée

UE : Union Européenne

VA : Valeur Ajoutée

Sommaire

Remerciements.....	I
Liste des abréviations	II
Introduction générale	8
<i>Chapitre 1 - Les fondements théoriques de l'entrepreneuriat</i>	
Introduction	12
Section 1 -L'entrepreneuriat : concepts et théories.....	13
Section 2 -Le processus entrepreneurial	23
Conclusion.....	35
<i>Chapitre 2 - Les déterminants de l'entrepreneuriat en Algérie</i>	
Introduction	38
Section 1 -Les réformes économiques engagées face à la crise du secteur public algérien	39
Section 2 -Les politiques de soutien à l'entrepreneuriat en Algérie	45
Conclusion	67
<i>Chapitre 3 - La création d'entreprise par les diplômés-Cas de l'Université Mouloud MAAMERI de Tizi-Ouzou</i>	
Introduction	69
Section 1 - Méthodologie et organisation de la recherche.....	70
Section 2 -Analyse et interprétation des résultats.....	75
Conclusion	98
Conclusion générale.....	101
Bibliographie	104
Annexes.....	111
Liste des figures et tableaux.....	120
Table des matières.....	125

Introduction générale

Dans un contexte économique et social complexe marqué par de nombreux défis (croissance molle, crise des politiques keynésiennes et de l'économie mixte, baisse de la productivité, émergence de l'innovation qui a imposé de nouveaux apprentissages et l'exploitation de voies nouvelles, méthodes de management inadaptées...), de nouvelles pratiques apparaissent comme étant des solutions. L'entrepreneuriat, est apparu comme une des solutions pour surmonter les difficultés.

Pendant longtemps, l'économie mondiale était dominée par la grande entreprise. Avec la crise des années 1970 le nombre de grandes entreprises a diminué, les chercheurs ont alors pris conscience de l'importance de la PME. Dès lors, l'entrepreneuriat a repris son essor.

L'entrepreneuriat s'est peu à peu imposé comme le moteur du développement économique et social à travers le monde entier. Les entrepreneurs sont perçus comme les piliers de l'économie de marché, et leurs activités comme créatrices de valeur, d'emploi et d'avantages multiples pour les consommateurs (Frank JANSSEN 2016).

En ce début du troisième millénaire, le développement de l'entrepreneuriat chez les jeunes est devenu un objectif central dans beaucoup de pays. Il constitue un outil d'insertion sociale et professionnelle et de lutte contre le chômage. Cette population qui représente le potentiel de toute nation dispose d'aptitudes peu ou non utilisées.

De nombreux pays ont fait de la promotion de l'entrepreneuriat un axe stratégique et offrent un cadre stimulant à la création d'entreprises en associant différents acteurs. L'Algérie a connu ces dernières années une évolution importante dans le domaine de la promotion de l'entrepreneuriat. De nombreuses structures d'appui à la création d'entreprise ont été mises en place et devenues opérationnelles sur tout le territoire algérien, ce qui a contribué à augmenter le nombre des PME en Algérie.

De nombreuses études menées sur l'emploi en Algérie ont montré que l'entrepreneuriat et les PME n'ont toujours pas réussi à résoudre le problème du chômage (DIF Aicha, 2018). Selon les données statistiques de l'ONS, le taux de chômage des jeunes en 2018 a atteint 29,1%. Sur l'ensemble de la population en chômage, les diplômés de l'Enseignement Supérieur en forment 27,9%. Ces statistiques montrent à quel point le

Introduction générale

chômage des diplômés de l'Enseignement Supérieur devient préoccupant. Le nombre des jeunes diplômés est en accroissement, la capacité de recrutement dans le secteur public est très limitée, le secteur privé est incapable d'offrir un emploi à des promotions annuelles constituées de milliers d'étudiants. La conjoncture actuelle impose la nécessité de recourir à l'entrepreneuriat et d'insérer les diplômés de l'Enseignement Supérieur et de tirer profit de leurs talents.

L'entrepreneuriat comme vecteur majeur de création de valeur ne saurait être négligé dans le contexte socio-économique algérien, ce qui nous a amené à nous intéresser à cette thématique. Les diplômés universitaires ont tendance à hésiter de choisir l'entrepreneuriat comme carrière professionnelle, cette population est soumise à plusieurs facteurs d'influence. Notre recherche a donc pour objet d'analyser ces facteurs.

Le chômage est le premier obstacle que rencontrent les diplômés de l'Enseignement Supérieur à la fin de leur cursus universitaire. L'un des motifs de création d'entreprise par les jeunes est l'auto-emploi, c'est donc une création par nécessité, résultant d'une situation de chômage. Cependant, malgré la volonté d'entreprendre, combien sont ceux qui réussissent à détecter des opportunités ? Et parmi ceux qui réussissent à identifier des opportunités, combien sont ceux qui réussissent dans leurs créations ? Afin d'analyser ces éléments, il est, donc, nécessaire de poser nos questions de recherches qui peuvent être formulés comme suit :

- ***Quels sont les facteurs qui peuvent stimuler et/ou empêcher l'insertion des diplômés universitaires par l'entrepreneuriat ?***
- ***Quel est le rôle de la formation universitaire dans la détection d'opportunité et la décision d'entreprendre ?***
- ***Quel processus, doivent suivre les jeunes diplômés afin de réussir leur création ?***

D'après des études récentes (HAMOUR. CH, 2019), le pourcentage des diplômés universitaires qui ont recours à l'entrepreneuriat est très minime (10 % des créations totales). Il est donc important de se focaliser sur ces points et d'apporter des éléments de réponse.

Introduction générale

La réalisation de ce mémoire s'est faite en deux phases :

La première phase consiste en la recherche documentaire, basée sur la recherche bibliographique et web-graphique (ouvrages, articles scientifiques, thèses, mémoires, rapports, textes juridiques,...) afin de constituer la partie théorique et d'identifier les questionnements pertinents.

La seconde phase consiste en la collecte de données, cette même phase s'est effectuée en plusieurs étapes :

- Un stage pratique de trois mois au niveau de l'organisme ANSEJ suivi d'une enquête ;
- Collecte d'informations auprès des organismes de soutiens à l'Entrepreneuriat (ANSEJ, ANGEM, CNAC), afin d'accéder aux contacts des entrepreneurs, à leurs classifications (par genre, secteur d'activité, niveau d'étude...) ;
- Etude de terrain réalisée par une méthode mixte (qualitative et quantitative) à l'aide d'un questionnaire auprès des entrepreneurs et des entrepreneurs potentiels diplômés de l'Enseignement Supérieur et un entretien auprès d'un échantillon d'entrepreneurs afin d'enrichir notre questionnaire.

Afin de répondre aux questions posées, nous avons réparti notre travail en trois chapitres :

Le premier chapitre intitulé « les fondements théoriques de l'entrepreneuriat » portera un aperçu théorique sur l'entrepreneuriat et ses paradigmes en creusant dans la notion du processus entrepreneurial.

Le deuxième chapitre intitulé « les déterminants de l'entrepreneuriat en Algérie » nous ferons un aperçu sur l'histoire de l'économie algérienne suivi d'une présentation des réformes économique engagées face à la crise du secteur public, pour présenter à la fin les politiques de soutiens à l'entrepreneuriat en mettant l'accent sur les organismes de soutien à l'entrepreneuriat.

Le troisième chapitre intitulé « La création d'entreprise par les diplômés cas de l'Université de Tizi-Ouzou » portera sur notre enquête de terrain pour se focaliser ensuite sur la présentation et l'analyse des résultats de l'enquête.

Chapitre 1 - Les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

Introduction

L'entrepreneur et l'entrepreneuriat sont loin d'occuper une place constante dans l'histoire de la pensée économique durant les derniers siècles. Cependant l'entrepreneur est apparu dès le XVIII^e siècle dans la littérature économique, en l'occurrence dans l'œuvre de Richard CANTILLON qui lui attribue un rôle spécifique dans le processus économique.

Historiquement, on distingue deux grands courants qui se sont intéressés à l'entrepreneur : l'économie pour l'approche fonctionnelle et l'école des traits pour l'approche indicative. Dès les XVIII^e et XIX^e siècles, certaines théories (SAY, 1841 ; CANTILLON, 1755) ont mis en exergue l'importance de l'entrepreneur pour l'économie en général, notamment sur base de son rôle dans le processus de production. Il faudra attendre le début du XX^e siècle et les travaux de l'économiste Joseph SCHUMPETER pour qu'il associe définitivement l'entrepreneur à la fonction d'innovation et lui accorder un rôle central dans les mécanismes économiques (F. JANSSEN 2009).

Ce premier chapitre, présentera un aperçu théorique sur l'entrepreneuriat : la première section, s'intéressera aux définitions de l'entrepreneuriat, en mettant l'accent sur les différents paradigmes de ce dernier. La deuxième section sera consacrée à la complexité du processus entrepreneurial ; l'objectif principal est de comprendre, d'expliquer comment naissent les intentions entrepreneuriales et mettre au clair l'émergence d'une carrière entrepreneuriale et l'élaboration d'un projet entrepreneurial.

Section 1 - L'entrepreneuriat : concepts et théories

Dans cette section nous aborderons les différentes définitions de l'entrepreneuriat et ses paradigmes en premier lieu, en deuxième lieu nous allons nous intéresser à l'entrepreneur : l'acteur principal de l'entrepreneuriat.

I- Les définitions de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat est un processus dynamique de vision, de changement et de création. Il exige une application d'énergie, de passion pour la création, de la mise en œuvre de nouvelles idées et de solutions créatives¹ (KURATKO et HODGETTS cités par Aziz BOUSLIKHANE (2011)). L'entrepreneuriat tel qu'il est défini dans la théorie est un processus qui consiste à percevoir une opportunité, à s'engager et à prendre un risque en réunissant des ressources pour poursuivre une occasion² (CAMPBELL et MITCHELL cités par A. DIF (2018)). L'opportunité est au cœur de la définition du phénomène de l'entrepreneuriat, c'est une caractéristique principale.

L'entrepreneuriat demeure un domaine trop complexe et trop hétérogène pour se limiter à une seule définition. Parmi les initiateurs à octroyer un rôle à l'entrepreneuriat et l'entrepreneur dans l'économie, nous citons Richard CANTILLON et Jean Baptiste SAY. Ils ont considéré l'entrepreneuriat comme transformation des biens et des services dans le but de les revendre, et ce, en supportant le risque de cette transformation. L'entrepreneur est l'acteur de cette transformation et l'agent qui assume le risque.

Joseph SCHUMPETER à son tour associe l'entrepreneur à l'innovation. Son apport est considérable dans le domaine et ces travaux viennent compléter ceux de CANTILLON et SAY. « *L'essence de l'entrepreneuriat se situe dans la perception et l'exploitation de nouvelles opportunités dans le domaine de l'entreprise [...] »*³(SCHUMPETER, 1928).

FILION (1997) définit l'entrepreneuriat comme étant « *le champ qui étudie la pratique des entrepreneurs : leurs activités, leurs caractéristiques, les effets économiques et sociaux de leur comportement ainsi que les modes de soutien qui leur sont apportés pour faciliter l'expression d'activités entrepreneuriales* »⁴.

¹ KURATKO et HODGETTS cités par Aziz BOUSLIKHANE (2011) « Enseignement de l'entrepreneuriat : pour un regard paradigmatique autour du processus entrepreneurial », Thèse de Doctorat nouveau régime en Sciences de Gestion Université de Nancy 2.

² CAMPBELL et MITCHELL cités par A. DIF (2018) « L'accompagnement de l'entrepreneuriat à l'université : de l'intention à l'incubation cas des universités algériennes », Thèse de Doctorat en Science de Gestion, Université Mohamed Khider Biskra.

³ SCHUMPETER. J, (1928). « The instability of capitalism », the economic journal, 151, vol XXXVIII. Cité par Aziz BOUSLIKHANE (2011) « Enseignement de l'entrepreneuriat : pour un regard paradigmatique autour du processus entrepreneurial », Thèse de Doctorat nouveau régime en Sciences de Gestion Université de Nancy 2

⁴ FILION, L.J, (1997). « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », in Revue Internationale P.M.E., vol. 10, n° 2, p. 156.

Chapitre 1 - Les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

Selon VERSTRAETE (2000) « *l'entrepreneuriat est un phénomène trop complexe pour être réduit à une simple définition, son intelligibilité nécessitant une modélisation. Cette complexité exclut la possibilité d'une délimitation stricte et univoque de ses frontières sémantiques* »⁵.

II- Les paradigmes de l'entrepreneuriat

FAYOLLE et VERSTRAETE (2005) ont proposé de classer les différentes définitions avancées par les auteurs selon quatre courants de pensées (paradigmes). Ce sont les paradigmes de l'opportunité d'affaire, de la création d'organisation, de la création de valeur et de l'innovation.

II-1- Le paradigme de l'opportunité d'affaire

Le concept central de ce paradigme est celui de « l'opportunité », cette perspective définit l'entrepreneuriat comme un processus de découverte, d'évaluation et d'exploitation de nouvelles opportunités.

VERSTRAETE et FAYOLLE se sont appuyés sur des approches d'autres auteurs pour associer d'autres notions. TIMMONS (1994) qui associe la capacité à réunir les ressources pour une meilleure exploitation d'opportunité, il a intégré aussi le terme « création d'une opportunité ». BYGRAVE et HOFER (1991) relie le paradigme de l'opportunité à celui de la création de valeur, SHANE et VENKATARAMAN (2000) précisent que l'entrepreneuriat peut inclure la création d'une nouvelle organisation, ou encore certains auteurs pensent que l'entrepreneuriat peut se produire au sein d'une entreprise existante.

Un autre aspect important auquel doit être associée l'opportunité réside dans la recherche d'informations. La détection d'opportunité provient d'une recherche plus ou moins explicite d'informations, ensuite les informations recueillies peuvent permettre la construction d'une opportunité.

Deux orientations se dégagent des travaux de (GAGLIO et TAUB, 1992 ; KAISCH et GILAD, 1991 ; HILLS, 1995 ; KIRZNER, 1973). La première, s'intéresse au processus cognitifs mis en œuvre par certains individus pour identifier les opportunités. Ils soulignent qu'une disposition cognitive et un réseau aident mieux à identifier les informations pertinentes. La seconde, prend le point de vue du marché en intégrant les facultés de l'entrepreneur, l'opportunité vient d'un dysfonctionnement ou d'un déséquilibre dans un marché. Cette opportunité peut être exploitée par un entrepreneur et devient une source de profit pour lui. En effet, seuls les entrepreneurs ayant certaines caractéristiques pourraient transformer les idées en vraies opportunités.

⁵ VERSTRAETE, T, (2000). « Histoire d'entreprendre » : les réalités de l'entrepreneuriat, Editions EMS, P.11.

Chapitre 1 - Les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

CASSON (1991) assimile les opportunités à des «*occasions où de nouveaux biens, services, matières premières et méthodes d'organisation peuvent être présentés et vendus à un prix plus élevé que leur coût de production* »⁶.

FAYOLLE (2004) montre que les opportunités existeraient et il suffit d'avoir une capacité de les reconnaître et les transformer en réalités économiques, comme il affirme que l'opportunité est une construction sociale naissant des interactions et des confrontations entre un individu et son environnement, donc l'opportunité peut se construire autant qu'elle peut être détectée.

Pour NYSTROM (1995), l'entrepreneuriat est une projection et la réalisation de nouvelles idées par des individus aptes à utiliser l'information et à mobiliser les ressources nécessaires à l'implémentation de leurs visions.

Ceci nous envoie vers un deuxième paradigme, celui de la création d'une organisation.

II-2- Le paradigme de la création d'une organisation

Ce paradigme de pensée définit l'entrepreneuriat comme la création d'une organisation par une ou plusieurs personnes. VERSTRAETE (2003) « *l'entrepreneuriat est vu comme un phénomène conduisant à la création d'une organisation impulsée par un ou plusieurs individus s'étant associés pour l'occasion* »⁷.

Les chercheurs ont évoqué SCHUMPETER dans la mesure où l'entrepreneur conçoit l'organisation ou les nouvelles combinaisons. BYGRAVE et HOFER (1991), constatent la nécessité de s'organiser pour exploiter l'opportunité.

D'autres auteurs tel que GARTNER (1995) se sont intéressés à un autre phénomène « l'émergence organisationnelle », son intérêt porte sur la question de l'émergence de cette organisation (comment naît-elle). Il fait référence aussi à la naissance de quelque chose de non visible qui devient manifeste.

Des différentes recherches présentent l'organisation comme le moyen et le résultat du phénomène entrepreneurial (VERSTRAETE 1999 et 2002). Dans un autre travail il qualifie la relation entre l'entrepreneur et son organisation par le terme de « symbiose ».

Ce paradigme se focalise sur la relation unissant l'entrepreneur et l'organisation impulsée par celui-ci, il est aussi fortement corrélé à celui de l'opportunité d'affaires.

⁶ CASSON, M, (1991). L'entrepreneur, Editions Economica, Paris.

⁷ VERSTRAETE, T ET FAYOLLE, A. (2004). « Quatre paradigmes pour cerner le domaine de recherche en entrepreneuriat » 7^{ème} CIFEPME, P.6.

Chapitre 1 - Les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

«Un entrepreneur est une personne qui perçoit une opportunité et qui crée une organisation pour la poursuivre »⁸(BYGRAVE et HOFER, 1991).

Le caractère interdisciplinaire de l'entrepreneuriat nous mène à étudié un autre paradigme celui de la création de valeur en vue de compléter les paradigmes précédents.

II-3- Le paradigme de la création de valeur

L'entrepreneuriat est souvent considéré comme apporteur de richesse et d'emploi pour les nations, disons de valeur (FAYOLLE 2003). Le programme de recherche international GEM a démontré l'existence de liens forts entre les activités entrepreneuriales et la croissance économique dans de nombreux pays.

Les travaux de GARTNER (1990), ont mené à s'intéresser au lien entre la création de valeur et l'entrepreneuriat, il est possible de faire référence aussi aux travaux de SCHUMPETER (1935). MORIN (1989) propose l'existence d'un principe dialogique entre l'individu et la création de valeur, l'individu est une condition nécessaire pour la création de valeur puisque cette dernière occupe une place prépondérante dans sa vie, et elle est susceptible de modifier ces caractéristiques.

BRUYAT et JULIEN(2001), indiquent que le système entrepreneurial est en interaction avec son environnement et se trouve dans un processus auquel le temps est une dimension importante.

Ce paradigme accorde la définition de la valeur aux prix déterminés par les marchés, et réduit l'entrepreneuriat au secteur marchand.

Pour KIRCHHOFF (1994 et 1997), l'entrepreneuriat constitue un mécanisme majeur dans le processus de création de valeur, mais il demeure moins que les autres pratiques qui ne se réfèrent pas toutes à l'entrepreneuriat.

VERSTRAETE (1999,2002), souligne que le paradigme de création de valeur et celui de la création d'une organisation sont complémentaires, comme il est lié aussi à celui de l'innovation, c'est ce que nous allons expliquer dans le prochain paradigme.

II-4- Le paradigme de l'innovation

Ce paradigme est tiré principalement des travaux de SCHUMPETER, il définit l'innovation comme « *toute tentative de faire les choses différemment dans le domaine de la vie économique devrait être considérée comme une innovation susceptible de fournir un avantage temporaire, et des profits, à une firme* »⁹.

⁸ BYGRAVE, W.D., HOFER C.W. (1991), « Theorizing about entrepreneurship », Entrepreneurship Theory and Practice, cite par VERSTRAETE ET FAYOLLE, A. 2004. CIFEPM.

⁹ SCHUMPETER, (1939), p.84. Cité par VERSTRAETE, T et FAYOLLE, A, dans « Quatre paradigmes pour cerner le domaine de recherche en entrepreneuriat » P.13.

Chapitre 1 - Les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

Selon de nombreux auteurs, l'innovation est ce qui distingue les entrepreneurs des managers.

« L'innovation constitue le fondement de l'entrepreneuriat, puisque celui-ci suppose des idées nouvelles pour offrir ou produire de nouveaux biens ou services, ou, encore, pour réorganiser l'entreprise. L'innovation, c'est créer une entreprise différente de ce qu'on connaissait auparavant, c'est découvrir ou transformer un produit, c'est proposer une nouvelle façon de faire, de distribuer ou de vendre »¹⁰ (JULIEN, MARCHESNAY, 1996). Et ils approuvent que l'innovation puisse prendre deux natures : innovation technologique ou organisationnelle.

SCHUMPETER(1935) considère l'entreprise comme une dynamique d'exécution de nouvelles combinaisons dont la réalisation s'exprime dans des exploitations, il désigne aussi cinq types d'innovation bien connus :de nouveaux objets de consommation, de nouvelles méthodes, de nouveaux marchés ou de nouveaux types d'organisation industrielle. Le même auteur aborde la question de risque et il dit qu'un entrepreneur risque uniquement s'il engage ses propres deniers.

MARTIN (1994), considère l'entrepreneuriat comme une condition indispensable pour l'exploitation de l'innovation.

Des travaux ont montré l'importance du travail à faire en amont du processus entrepreneurial, en matière de sensibilisation et de formation pour que l'innovation puisse déboucher sur des perspectives plus ambitieuses en matière de création.

A côté des paradigmes que nous venons de présenter, il est possible de compléter cette synthèse par un lien entre ces paradigmes, même s'il est difficile de le montrer face à des auteurs qui tentent de défendre leurs points de vue, que de chercher des complémentarités. Malgré cela, il y a des auteurs qui tendent à mettre des perspectives sans écarter les autres. Le premier point à soulever entre les paradigmes, c'est la présence de la nouveauté comme principe dans chacun d'entre eux : organisation nouvelle, valeur nouvelle, opportunité nouvelle et innovation (nouveauté).

Il y a lieu de résumer les liens entre les paradigmes de façon suivante :

- Pour exploiter une opportunité d'affaire, il est nécessaire de s'organiser (créer une organisation) ;
- Pour que cette organisation existe et fonctionne d'une manière efficace, il est indispensable de créer de la valeur ;
- Pour créer une valeur importante, l'innovation doit être à l'origine ;
- Une innovation correspond à une détection d'une opportunité ;
- Une exploitation d'une innovation nécessite une organisation ;
- Une opportunité n'est exploitée que si elle est susceptible de dégager une valeur.

¹⁰ JULIEN P.A, MARCHESNAY M. (1996), L'entrepreneuriat, Economica, Paris. Cité par VERSTRAETE, T et FAYOLLE, A, dans « Quatre paradigmes pour cerner le domaine de recherche en entrepreneuriat P12.

Chapitre 1 - Les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

Pour conclure on tente de proposer la définition donnée par FAYOLLE et VERSTRAETE (CIFEPME 2004) « *l'entrepreneuriat est une initiative portée par un individu (ou plusieurs individus s'associant pour l'occasion) construisant ou saisissant une opportunité d'affaire (du moins ce qui est considéré comme tel), dont le profit n'est pas forcément d'ordre pécuniaire, par l'impulsion d'une organisation pouvant faire naître une ou plusieurs entités, et créant de la valeur nouvelle (plus forte dans le cas d'une innovation) pour les parties prenantes auxquelles le projet s'adresse* »¹¹.

III- L'entrepreneur comme acteur principal de l'entrepreneuriat

III-1- Les définitions de l'entrepreneur

L'entrepreneur est le sujet, l'acteur, et la création d'entreprise est le résultat de son action. Or, il n'y a toujours pas accord sur ce qu'est ou n'est pas entrepreneur. Divers auteurs ont tracé un historique du concept entrepreneur.

Le premier auteur considéré comme important est Richard CANTILLON, pour lui l'entrepreneur est celui qui assume le risque de l'incertain, du non probabilisable, il s'engage de façon ferme vis-à-vis d'un tiers, sans garantie de ce qu'il peut en attendre.

Pour Jean-Baptiste SAY (1803), l'entrepreneur est celui qui réunit et combine des moyens de production. Selon Mark CASSON (1991), l'entrepreneur est celui qui assume une fonction de coordination.

Pour Joseph SCHUMPETER (1935), l'entrepreneur est celui qui introduit l'innovation, elle peut revêtir différents aspects : fabrication d'un bien nouveau, introduction d'une méthode de production nouvelle, conquête d'un nouveau débouché, conquête d'une nouvelle source de matière première, réalisation d'une nouvelle organisation de la production (E.M HERNANDEZ 1999).

Pour G.P. SXEENEY le terme entrepreneur s'applique aux nombreuses personnes qui transforment les événements en opportunités.

On peut tirer l'importance de la notion « opportunité » par là et dire qu'elle est plus qu'une simple idée car il faut en pressentir le potentiel d'exploitation pour en tirer profit. Le vrai entrepreneur est celui qui juge quand et comment l'idée peut aboutir à une création d'entreprise réussie.

Ces nombreux auteurs se sont intéressés à l'entrepreneur et en ont proposé des définitions qui reprennent presque toutes les trois axes évoqués dans les définitions précédentes : la notion de risque, la coordination (organisation) et l'innovation.

Michel MARCHESNAY indique que c'est la réunion de ces trois composantes qui caractérise « l'esprit d'entreprise ».

¹¹ VERSTRAETE, T et FAYOLLE, A. (2004). CIFEPME, P.19.

III-2- La typologie des entrepreneurs

Le créateur, sa personnalité, ses objectifs, ses motivations ont une influence déterminante sur les conditions de naissance de l'entité économique, des auteurs se sont intéressés à ces créateurs et en ont esquissé des typologies.

- La division la plus fréquente c'est celle de J LAUFER, elle sépare ces créateurs en deux catégories :

-**Les entrepreneurs indépendants** : le besoin le plus dominant c'est celui de l'autonomie.

-**Les entrepreneurs organisateurs** : ils veulent bâtir une organisation, le besoin de pouvoir est dominant.

- Norman SMITH (1967) identifie deux types d'entrepreneurs :

-**L'entrepreneur artisan** : il possède une éducation limitée, une formation et une expérience essentiellement techniques. Il veut conserver la maîtrise de son affaire et il désire de travailler à son propre compte.

-**L'entrepreneur opportuniste** : il possède un niveau d'éducation plus élevé, plus actif socialement, mieux intégré dans son environnement et il cherche avant tout à développer l'affaire qu'il a créé.

- Par la suite KNIGHT (1983) mis en évidence trois types d'entrepreneurs :

-**L'artisan-inventeur** : motivé par l'innovation, il souhaite développer un nouveau produit ou un nouveau procédé.

-**Le promoteur** : est un créateur dont la compétence essentielle relève du domaine commercial, marketing et vente.

-**Le gérant-général** : son talent consiste à réunir des éléments et des connaissances extérieures pour réaliser sa création.

- Pour terminer avec les recherches sur les typologies des entrepreneurs MARCHESNAY (1988) propose une classification intéressante basée sur les trois grands buts des créateurs et l'importance hiérarchique qu'ils leur accordent :

- **L'entrepreneur PIC (Pérennité – Indépendance - Croissance)** : il est assez proche de l'entrepreneur-artisan, il a tendance à refuser la croissance de son entreprise, par contre il recherche sa pérennité.

- **L'entrepreneur CAP (Croissance – Autonomie - Pérennité)** : il recherche la croissance de l'entreprise, il peut accepter des capitaux externe, il désire conserver une large autonomie décisionnelle. Il rappelle donc l'entrepreneur-opportuniste.

III-3- Les motivations des entrepreneurs

Si nous prenons les classifications des entrepreneurs données par de différents auteurs, nous remarquons qu'elles correspondent toutes aux motivations des créateurs, et chaque type d'entrepreneur peut avoir des motivations différentes de l'autre. Ce qui nous amène à s'intéresser à ce terme. Une motivation est une force interne qui pousse l'individu à agir, comme il l'indique I. DANJOU, « *on ne peut pas parler d'entrepreneur en faisant l'impasse sur les forces profondes qui l'animent* »¹².

De nombreux auteurs tel que Frank JANSSEN (2009) ont tenté de proposer une classification des motivations selon deux types : motivations de type « pull » et motivations de type « push ».

-les motivations de type « pull » : sont des facteurs intrinsèques, contrôlables.

Par exemple : Gagner un maximum d'argent, être reconnu socialement.

Les entrepreneurs qui sont motivés par ce type ont tendance à être des entrepreneurs d'opportunité.

-les motivations de type « push » : sont des facteurs extrinsèques, incontrôlables.

Par exemple : sortir du chômage, ne plus avoir de patron.

Les entrepreneurs qui sont motivés par ce deuxième type ont tendance à être des entrepreneurs de nécessité.

Roger A.BLAIS et Jean-Marie TOULOUSE ont mené un travail intéressant sur les motivations des fondateurs d'entreprises dans 14 pays différents, afin de les classer selon 7 groupes factoriels :

- Facteur 1 : désir de reconnaissance sociale
- Facteur 2 : désir d'accomplissement personnel
- Facteur 3 : nécessité d'avoir de l'argent
- Facteur 4 : besoin de pouvoir, d'autonomie et de liberté
- Facteur 5 : altruisme communautaire
- Facteur 6 : besoin d'évasion
- Facteur 7 : opportunisme

Des recherches ont été portées sur les caractéristiques des entrepreneurs, des auteurs se sont penchés sur les caractéristiques psychologiques qui ont été classé comme suit :

¹² DANJOU, I, *Entreprendre : la passion d'accomplir ensemble*, Édition L'harmattan, Paris, (2004), P. 2. Cité par HAMOUR, CH. *Entrepreneuriat des diplômés universitaires dans le cadre du dispositif ANSEJ*. Mémoire Magister en Sciences des Economiques, UMMTO, (2019).

Chapitre 1 - Les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

-**Le besoin de réalisation de soi ou d'accomplissement** : c'est la volonté de progression, et la volonté de réaliser les objectifs fixés ;

-**Le besoin de pouvoir** : c'est la volonté de tout contrôler, dans le but de contrôler les événements ;

-**La prise de risque calculée** : créer une entreprise c'est accepter de prendre des risques (risque financier, risque professionnel, risque familial et enfin risque psychique), l'entrepreneur ne doit pas se laisser passer par les événements.

D'autres ont met l'accent sur les caractéristiques démographiques telle que : le sexe, l'âge, l'ethnicité, ou l'état civil.

En plus des caractéristiques psychologiques et démographiques SHAPERO (1982) rajoute un certain nombre de facteurs contextuels qui sont de trois ordres : la discontinuité, la crédibilité et la faisabilité (E.M HERNANDEZ 1999).

-La discontinuité ou déplacement, variable de situation

Nous nous limiterons ici à une présentation très rapide de ses formes les plus caractéristiques :

- Les situations négatives : il peut s'agir des situations liées à l'emploi, par exemple : chômage, insatisfaction dans le travail, la fin des études ou encore la fin de service militaire...
- Les situations positives : cela peut être la découverte d'un nouveau procédé ou d'un nouveau marché, la rencontre d'un nouvel associé...

Ces deux catégories ne sont pas exclusives, mais au contraire elles peuvent aller de pair et se renforcer.

-La crédibilité de l'acte, variable sociologique

Pour SHAPERO, elle constitue une condition essentielle de la création d'entreprise :

- La famille : avoir un parent entrepreneur est un facteur important pour un nouveau créateur ;
- L'entreprise : être dans une entreprise qui incite son personnel à créer leurs propres entités est un élément qui développe la mentalité entrepreneuriale ;
- Le milieu professionnel : certains milieux professionnels sont plus propices à la création que d'autres. Pour José AROCENA : « *la réussite de la création est une affaire de réseaux. Beaucoup plus que tout autre considération, la capacité du créateur à se situer dans l'environnement institutionnel sera la condition fondamentale de la réussite* »¹³.

¹³ AROCENA, J, « Le génie et le carnet d'adresses », Revue Autrement, n°59 Avril 1984, cité par E.M HERNANDEZ (1999) « Le processus entrepreneurial : vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat » Editions l'Harmattan P.38.

Chapitre 1 - Les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

- Le milieu social au sens large : il est plus ou moins favorable à la culture entrepreneuriale.

-La faisabilité de l'acte, variable économique

Pour créer son entreprise, l'entrepreneur doit accéder à certaines ressources. Les Américains parlent des 6 «M» de l'entreprise : Money, Men, Machines, Materials, Market, Management (E.M HERNANDEZ 1999).

- Money : capital de départ, c'est la ressource la plus importante, lorsque le créateur n'a pas les fonds suffisants pour démarrer il rencontre les plus grandes difficultés pour trouver le capital manquant ;
- Men : main-d'œuvre, trouver une main-d'œuvre qualifiée et compétente peut s'avérer parfois difficile pour un nouveau créateur ;
- Machines et Materials : s'offrir ces deux composantes au démarrage est très difficile pour une jeune entreprise ;
- Market et Management : enfin l'accessibilité au marché n'est pas toujours facile, des marchés fermés, des marchés encombrés, et les prix ne sont pas rentables par fois.

Section 2 - Le processus entrepreneurial

Un large corpus de recherches en entrepreneuriat est consacré à l'approche du processus ; cette approche a pour intérêt d'envisager l'entrepreneuriat dans sa globalité et ses interactions. La notion du processus occupe une position centrale dans le domaine de l'entrepreneuriat.

I- Définitions du concept processus

Les définitions sont multiples, il conviendrait de mettre l'accent sur celles qui sont données par quelques dictionnaires. Certaines font ressortir la notion d'étape, comme la définition du dictionnaire Hachette : « *Développement temporel de phénomènes marquant chacun une étape* ». D'autres insistent sur la notion d'ordre. C'est le cas, par exemple, d'une autre définition de Larousse : « *Enchaînement ordonné de faits ou de phénomènes, répondant à un certain schéma et aboutissant à un résultat déterminé* » et du Petit Robert : « *Ensemble de phénomènes, conçu comme actif et organisé dans le temps* ».

II- La notion de processus dans l'entrepreneuriat

GARTNER (1980) et SHAPERO (1984) étaient parmi les premiers auteurs qui ont mobilisé la notion du processus dans le champ de l'entrepreneuriat. LORINO (1995) définit le processus comme : « *Ensemble d'activités reliées entre elles par des flux d'informations (ou de matière porteuse d'informations) significatifs, et qui se combinent pour fournir un produit matériel ou immatériel important et bien défini* »¹⁴. Le même auteur le définit dans un autre travail avec TARONDEAU (1997) : « *C'est un ensemble d'activités organisées en réseau, de manière séquentielle ou parallèle, combinant et mettant en œuvre de multiples ressources, des capacités et des compétences, pour produire un résultat ou output ayant de la valeur pour un client externe* »¹⁵.

FAYOLLE (2003) considère « *qu'il s'agit d'analyser les activités permettant à l'individu de créer une nouvelle entité* »¹⁶, GARTNER (1993) pense qu'il s'agit « *d'un processus d'organisation qui mène à une nouvelle organisation* »¹⁷.

La notion de processus n'est pas loin de celle de la modélisation, les chercheurs ont évoqué la diversité des modèles représentés par des auteurs, certains se sont intéressés à l'ensemble du processus, d'autres ont privilégié une partie seulement de ce dernier.

¹⁴ LORINO, P (1995), Cité par Aziz BOUSLIKHANE (2011) « Enseignement de l'entrepreneuriat : pour un regard paradigmatique autour du processus entrepreneurial », Thèse de Doctorat nouveau régime Sciences de Gestion Université de Nancy 2, P.85.

¹⁵ LORINO, P et TARDEAU, J.C. (1997), « De la stratégie aux processus stratégiques », Revue Française de Gestion, N° 117, janvier-février. Cité par Aziz BOUSLIKHANE (2011), op.cit, P.87.

¹⁶ FAYOLLE (2003), cité par SALOUM, S-H. (2012). « Etude de processus entrepreneurial : modèle de création d'une PME dans le contexte économique et social marocain », Mémoire de Master Finance et Audit et Contrôle de Gestion, Université de Moulay Ismaël.

¹⁷ GARTNER (1993), cité par SALOUM, S-H. (2012), op.cit.

III- Origine et modèles du processus entrepreneurial

Selon E.M HERNANDEZ, l'approche en termes de processus entrepreneurial fait référence à des notions issues de la théorie des organisations.

III-1- Le comportement entrepreneurial

Le terrain de réflexion concerne principalement les rapports entre les individus et les organisations, ainsi que les rapports interindividuels ou intergroupes au sein des organisations. Plusieurs aspects de l'entrepreneuriat sont étudiés en se référant au champ de l'Organisational Behavior : la décision de créer une entreprise, le comportement dans une organisation en cours de création, le comportement entrepreneurial dans une organisation appelé « intrapreneurship ».

De nombreux modèles émanant de divers auteurs ont été étudiés, mais la complexité du processus entrepreneurial demeure un défi majeur pour les chercheurs, nous allons en présenter quelques-uns avant de nous référer à celui que suivent les entrepreneurs d'aujourd'hui.

David B. GREENBERGER et Donald L. SEXTON (1988) proposent un modèle interactif de création d'une nouvelle organisation. Ce modèle a trois composantes principales et chacune est dépendante de l'autre. D'abord l'identification d'une opportunité de création d'une nouvelle entreprise qui est fondée sur trois facteurs catalyseurs : la vision entrepreneuriale (une image claire de ce que le créateur veut réaliser), sa personnalité et le contrôle souhaité (la relation entre les actions et les résultats souhaités). Ensuite l'avènement de quatre différents facteurs pour influencer sur l'effet des catalyseurs sur la décision d'entreprendre et c'est à leur tour de faire passer l'individu de l'état de non créateur à celui de créateur : le fait d'avoir vécu des événements significatifs au plan entrepreneurial, se percevoir soi-même comme le genre de personne qui crée une entreprise, se disposer d'un support social, voir la création comme un moyen satisfaisant d'obtenir et d'augmenter le contrôle désiré. Enfin, la troisième composante c'est la probabilité qu'un individu puisse créer une entreprise.

William D. GUTH, Arun KUMARASWAMY et Matthew MCERLEAN à leur tour ont proposé un autre modèle, ils se sont en particulier intéressés à la façon dont le créateur analyse ses chances de succès, au décalage entre ce qu'il estime être et ses propres chances, les chances des autres dans une activité comparable à la leur, et la réalité. Ce modèle de processus entrepreneurial considère que le succès est lié au taux d'adéquation entre ce que l'entrepreneur perçoit et la réalité des choses.

William B. GARTNER, Barbara J. BRID et Jennifer A. STARR se sont, intéressés aux comportements des acteurs dans les organisations naissantes et dans les organisations existantes. Ils suggèrent aux chercheurs en entrepreneuriat de s'en inspirer en particulier du plan méthodologique pour décrire les activités spécifiques des individus.

Chapitre 1 - Les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

Enfin Jeffrey G. COVIN et Denis P. SLEVIN leur intérêt porte sur le comportement entrepreneurial d'une organisation existante. Ces auteurs pensent que le comportement de la firme est l'élément central et essentiel du processus entrepreneurial.

Ces modèles paraissent pouvoir être séparés en deux catégories. La première correspond à des cas où le résultat du modèle est analysé en termes de décision de devenir ou ne pas devenir entrepreneur, ou en termes de création ou de non création de l'organisation, cette catégorie accorde plus d'intérêt aux nombres d'entreprises créées et elle accorde moins d'intérêt et la réussite des unités créées. La deuxième catégorie correspond à des modèles intégrant la notion de succès ou de performance de la firme, l'augmentation des chances de réussite et la dimension stratégique surtout ce qui est absent pour le premier groupe.

Notons que ces modèles présentent le processus entrepreneurial comme un processus linéaire, alors qu'une création réussie est un processus qui évolue avec le temps, qui est lié au créateur, aux ressources financières et même à d'autres facteurs environnementaux...

On peut conclure par une présentation de neuf facteurs spécifiques du processus entrepreneurial « *Le processus entrepreneurial : est initié par un acte humain volontaire, survient au niveau de la firme individuelle, implique un changement d'état, implique une discontinuité, est un processus holistique, est un processus dynamique, est unique, implique de nombreuses variables préalables, génère des conséquences qui sont extrêmement sensible aux conditions initiales de ces variables* »¹⁸.(Charles W. HOFER et William D. BYGRAVE).

III-2- La notion d'organisation émergente

L'accent mis sur le processus entrepreneurial a mené les chercheurs à s'intéresser à la notion d'organisation émergente, étudier l'entrepreneuriat revient à étudier la naissance de nouvelles organisations et les activités permettant à quelqu'un de créer une nouvelle entité. Les créateurs d'organisation jouent un rôle important dans son émergence, les causes internes sont essentielles pour obtenir des résultats positifs, mais aussi l'ignorance des causes externes mène à des échecs.

Tous les individus n'ont pas le potentiel pour créer une organisation, ceux qui l'ont n'essaient pas tous, et parmi ceux qui essaient tous ne réussissent pas (E-M HERNANDEZ, 1999).Un modèle qui a été proposé par Kevin E. LEARNED comporte trois dimensions du processus de création qui aboutissent à la décision de créer ou ne pas créer une organisation :

- La propension à créer : certains individus ont une combinaison de caractéristiques psychologiques et un passé professionnel qui les rendent plus susceptibles d'essayer de créer une affaire que d'autres.

¹⁸ HOFER, C.W et BYGRAVE, W.D. « Researching entrepreneurship », Entrepreneurship Theory and Practice Spring 1992, cite par E.M HERMANDEZ(1999) « Le processus entrepreneurial : vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat » Editions l'Harmattan p.71.

Chapitre 1 - Les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

- L'intention de créer : parmi ceux-ci certains rencontrent des situations qui déclenchent l'intention de créer.
- La structuration des informations : cette étape consiste à rechercher et à trouver dans l'environnement les informations significatives, et à en déduire les tâches à exécuter pour créer l'organisation

Après ce passage l'individu qui a l'intention de créer va enfin de compte en fonction de ces informations, se décider d'agir ou ne pas agir.

Jérôme KATZ et William B. GARTNER se demandent ce qu'est une organisation et quelles propriétés elle doit posséder pour exister ? Pour ces auteurs étudier l'organisation émergente, consiste à s'intéresser à ce qui est compris entre la pré-organisation et la nouvelle organisation. Pour définir l'organisation on s'intéresse à la définition donnée par MCKELVEY « *une organisation est un système d'activité finalisé (se maintenant dans des limites) contenant un ou plusieurs sous-systèmes conditionnellement autonomes et finalisés ayant des ratios de ressources entrées-sorties permettant de survivre dans des environnements imposant des contraintes particulières* »¹⁹. A partir de cette définition on peut ressortir quatre propriétés principales des organisations : deux processuelles, l'intention et l'échange, et deux structurelles, les ressources et les limites.

L'intention précède les trois autres propriétés et c'est le premier élément nécessaire pour créer une organisation et c'est le moteur de la décision de création, pour G.P. SWEENEY : « *le terme d'entrepreneur s'applique aux nombreuses personnes qui transforment les événements en opportunités* »²⁰. L'entrepreneur est celui qui voit quand et comment l'idée peut aboutir à une entreprise. Et là on se pose la question : d'où viennent ces opportunités d'affaire ? JANSSEN. F (2009) distingue sept facteurs qui peuvent favoriser l'émergence de l'opportunité :

- Les événements : tout événement est source d'opportunité ;
- Les tendances sociologiques : les besoins, les habitudes... ;
- Les tendances démographiques : l'âge, le sexe... ;
- Les réglementations : la dérégulation, les changements...;
- Les technologies ;
- Les évolutions politico-économiques ;
- Les contextes concurrentiels.

E-M HERNANDEZ (1999) suppose que deux origines peuvent être la source de ces opportunités. La première est liée à l'expérience de l'entrepreneur, son vécu professionnel. La deuxième correspond à des circonstances diverses : rencontre avec un futur associé, exploitation d'une licence ou d'un brevet d'exploitation, d'une franchise. Une troisième qui est un peu marginalisée par les entrepreneurs, c'est la recherche systématique d'une opportunité avec des techniques comme le brainstorming, la synectique...

¹⁹ MAKELVEY, cité par E.M HERMANDEZ(1999) op. cit p.64.

²⁰G.P. SWEENEY, cité par E.M HERMANDEZ(1999) op. cit p.65.

Chapitre 1 - Les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

Les ressources correspondent aux éléments combinés qui vont donner naissance à une nouvelle organisation, des moyens financiers, humains, matériels....

La notion de limite correspond à la séparation entre l'organisation et son environnement et entre le créateur et l'organisation créée. Elle peut correspondre aussi à des actes par lesquels le créateur manifeste l'existence de son organisation par exemple l'inscription au registre de commerce.

L'échange c'est le dernier élément nécessaire pour avoir une organisation complète. Il peut être de deux ordres : interne (entre les composantes) ou externe (avec l'environnement).

E-M HERNANDEZ (1999), propose un modèle stratégique d'entrepreneuriat qui comprend quatre étapes : l'Initiation, la Maturation, la Décision, la Finalisation.

L'étape de l'Initiation correspond au vécu du créateur potentiel, son origine familiale et ces caractéristiques psychologiques, qui ont influencé sur lui d'une manière ou d'une autre ;

L'étape de la maturation et c'est là que l'idée devient une opportunité tout en prenant en compte l'environnement ;

L'étape de décision, le créateur prend enfin la décision de créer et il commence à avoir un comportement entrepreneurial et à mettre des stratégies ;

L'étape de finalisation, c'est d'avoir un vrai comportement entrepreneurial, la mise en œuvre et enfin une création réussie.

On se tourne vers une présentation d'un modèle plus ancien, celui de SHAPERO qui est un processus de reconnaissance de l'opportunité. Le point de départ de ce modèle de création d'entreprise est la présence des entrepreneurs potentiels sur un territoire donné, sachant qu'ils se disposent des caractéristiques psychologiques nécessaires et ils choisissent de créer une entreprise pour des raisons professionnelles ou familiales, à condition que cette création soit désirable dans le milieu choisi. SHAPERO insiste notamment sur d'autres facteurs qui influencent sur l'entrepreneur potentiel, la propension à l'action fait référence au désir d'agir et aux motivations des entrepreneurs (tout ce qui est psychologique), les facteurs de crédibilité réunissent tout ce qui rassure l'entrepreneur sur le caractère valorisant et conforme aux normes sociales de son intention de créer (appartiennent au domaine sociologique), les facteurs de faisabilité qui sont beaucoup plus de ressort économique telle que l'accès aux ressources financières et la main d'œuvre et concernant les facteurs de discontinuité, il s'agit d'une variable de situation, qui va projeter l'entrepreneur dans l'action, c'est une sorte d'un déclencheur à condition que les autres facteurs soient suffisamment agissants. L'auteur rajoute l'effet d'imitation à son modèle, ce phénomène joue un rôle résiduel et il influence énormément sur l'entrepreneur potentiel et sa décision d'entreprendre.

IV- Synthèse des modèles du processus entrepreneurial :

« De l'initiation de l'idée au démarrage du projet »

L'entrepreneur potentiel a tout un trajet devant lui, il doit maîtriser chaque étape de son processus entrepreneurial afin de réussir sa création. Nous allons essayer de synthétiser ces étapes dans le passage suivant :

IV-1-L'idée de création

La première phase tourne autour de l'idée, où l'entrepreneur potentiel rencontre une idée et il commence à penser, à transformer cette dernière en opportunité. Mais comment ce créateur peut-il trouver son idée? E-M HERNANDEZ (1999) dans son travail indique plusieurs méthodes qui sont classées comme suit : les méthodes scientifiques, l'écoute de l'environnement...

IV-1-1- Les méthodes scientifiques

Ces méthodes sont le résultat d'une vraie volonté, l'entrepreneur ne compte pas sur le hasard, il décide donc de s'y mettre et trouver son idée.

- Prévoir l'avenir : en utilisant le savoir, l'imagination et l'intuition, partir des situations actuelles et essayer d'imaginer l'avenir, qui devient prévisible pour l'homme. Ces derniers réussissent rarement, le risque est plus élevé.
- Techniques et méthodes de créativité la plus connue est le brainstorming, cette méthode consiste à réunir un groupe de gens pour leur faire émettre le maximum d'idées sur un problème donné. La deuxième méthode est la synectique, son objectif c'est de résoudre le problème d'une manière indirecte. La troisième c'est la méthode des matrices de découvertes tout en utilisant d'autres facteurs.

HERNANDEZ souligne que ces méthodes sont rarement utilisées par les nouveaux créateurs mais plutôt par de grandes entreprises soucieuses de trouver de nouveaux produits ou de services.

IV-1-2-L'écoute de l'environnement

C'est très important pour les créateurs d'avoir les yeux et l'esprit ouverts, regarder ce qui se passe autour d'eux, nous citerons dans le passage suivant les domaines les plus intéressants dont le créateur peut tirer des thèmes de création d'entreprise.

- L'évolution démographique : les populations vieillissent et la satisfaction de leurs besoins peut construire une opportunité pour de nombreux entrepreneurs.
- L'évolution des modes de vie : cela peut être l'origine de l'apparition de nouveaux produits.
- L'évolution technologique : le domaine technique est une source d'idées et d'innovation.

Il est possible aussi d'établir une classification selon le degré d'innovation contenu dans le projet.

- Absence quasi-totale d'innovation :

Il s'agit des activités ayant toujours existées, tel que les phénomènes d'imitations...

Chapitre 1 - Les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

- Innovation relative :

Pour ce deuxième type nous pouvons introduire deux innovations, l'innovation géographique qui consiste à transposer dans un nouvel endroit ce qui se faisait déjà ailleurs. Concernant l'innovation sectorielle, elle consiste à appliquer de nouvelles techniques à un secteur traditionnel, ou à trouver de nouvelles applications à un produit classique ou à un concept ancien.

- Innovation maximum :

Les créateurs de cette catégorie sont peu nombreux, ils sont généralement des scientifiques spécialisés dans un domaine technologique ayant un haut niveau de formation. Ces créations nécessitent aussi des capitaux importants pour démarrer.

IV-2- La rencontre du créateur et de l'idée

Il peut avoir plusieurs lieux de rencontre entre le créateur et son idée, E.M. HERMANDEZ nous présente la classification suivante.

IV-2-1- Vie professionnelle

C'est le lieu de rencontre le plus favorable, nous distinguons deux types : travail classique et travail de laboratoire, de nombreux entrepreneurs ont réussi dans leur création à partir de leur travail qu'il soit classique ou laboratoire.

IV-2-2- Loisirs

Le temps consacré pour les loisirs n'arrête pas de s'accroître, ce qui fait que les entrepreneurs tirent de plus en plus des idées de ce dernier.

IV-2-3- Observation de l'environnement

Pour ce type, le créateur a besoin de consacrer beaucoup de temps pour son environnement, être à son écoute et en suivre les évolutions pour qu'il puisse être l'origine d'une création.

IV-3- La maturation de l'idée

L'idée à son état brut n'est pas exploitable, à ce stade l'entrepreneur doit vérifier si elle peut révéler une véritable opportunité (S.H SALOUM 2012). Le créateur peut donc effectuer plusieurs tests afin d'évaluer son idée.

IV-3-1- L'idée est-elle une vraie opportunité d'affaire ?

Cette étape détermine l'engagement ou l'arrêt du processus entrepreneurial, l'entrepreneur doit prendre en considération tout un ensemble de paramètres. A titre d'exemple : le moment d'exploitation d'opportunité car cette dernière peut être intéressante pour un moment, et pas du tout pour un autre.

L'entrepreneur doit repérer aussi les facteurs clefs de succès de son affaire, cela lui permettra une meilleure maîtrise de son entourage avant même le démarrage, tout en utilisant les outils marketing et des diagnostics stratégiques.

IV-3-2- La recherche de parties prenantes

L'entrepreneur à cette étape doit se mettre à la recherche des partenaires qui constituent le centre d'intérêt de son affaire (clients, fournisseurs, financiers et pouvoir public). Comme il

doit convaincre les nouvelles parties prenantes de la faisabilité et la rentabilité de son projet.

IV-4- Le démarrage du projet

A ce stade l'entrepreneur va mener une suite d'activités afin de démarrer son travail.

IV-4-1- L'engagement de l'entrepreneur

La création de toute entreprise passe d'abord par une étape où l'entrepreneur doit tenter de réduire les incertitudes liées à son projet.

Le plan d'affaire joue un rôle très important à cette étape, ce dernier reflète l'image du projet et de l'entrepreneur en même temps. Ce document exprime la vision et les attentes du créateur, la situation financière et même l'activité prévisionnelle.

FILLION le définit comme « *une image projetée dans le futur de la place qu'on veut voir occupée par ses produits sur le marché ainsi que l'image projetée du type d'organisation dont on a besoin pour y parvenir* »²¹.

A ce sujet VERSRAETE et SAPORTA (2006) indiquent que : « *L'écriture d'un plan d'affaires ne doit pas être envisagée comme une contrainte, mais comme une occasion de préciser sa vision stratégique. Celle-ci est par nature transversale. Elle combine des dimensions relevant du marketing, de la finance, du Droit, etc. à articuler, à coordonner, à manager. A ce titre, l'élaboration du plan d'affaires possède un caractère formateur, d'abord en plaçant le créateur face à des compétences de gestionnaire qu'il lui faudra posséder, ensuite en l'obligeant à anticiper l'évolution qu'il lui faudra gérer* »²². Et ils soulignent que « *le porteur du projet doit être le rédacteur du document, même s'il se fait assister par un expert (expert-comptable ou le conseiller d'une institution spécialisée dans l'accompagnement des créateurs)* »²³. Le plan d'affaire est donc à la fois un moyen qui permet à l'entrepreneur de réduire les incertitudes et de convaincre les partenaires nécessaires pour son affaire.

IV-4-2- La naissance de l'entreprise

La naissance d'une nouvelle entreprise nécessite l'analyse de certains nombre de particularités : les objectifs, l'environnement, l'organisation et l'activité.

- Les objectifs : dans le cas d'une nouvelle création les buts de la nouvelle unité se confondent avec ceux de son initiateur, ses motivations influence directement les objectifs de son entreprise.
- L'organisation : dans le cas d'une création, l'organisation est inexistante, elle est totalement à construire. Comme nous avons expliqué précédemment : quatre propriétés caractérisent une organisation complète (l'intention, l'échange, les

²¹FILLION (1991), cité par SALOUM, S-H. (2012), op.cit.

²²VERSTRAETE, T et SAPORTA, B. (2006) « création d'entreprise et entrepreneuriat » éditions de l'ADREG p.279. Cité par SALOUM, S-H. (2012), op.cit.

²³VERSTRAETE, T et SAPORTA, B. (2006) « création d'entreprise et entrepreneuriat » éditions de l'ADREG p.279. Cité par SALOUM, S-H. (2012), op.cit.

Chapitre 1 - Les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

ressources et les limites), et il est évident qu'elles n'apparaissent pas toutes simultanément.

- l'environnement : la petite entreprise subit plus l'effet de l'environnement plus qu'elle l'influence, elle doit donc s'adapter pour survivre.
- L'activité : la majorité des travaux sur ce point partent de l'opportunité d'affaire, ceci est lié directement aux bases stratégiques de la nouvelle création.

IV-4-3- Les stratégies de nouvelles entreprises

SANDBERG et HOFER (1982) présentent une classification des stratégies possibles pour de nouvelles entreprises :

- Les stratégies concurrentielles :
 - La réduction des coûts de production (nouveau processus technologique, économies d'échelle, amélioration de la production et le partage des activités) ;
 - Rachat à bas prix ;
 - Offre d'un meilleur produit ;
 - Découverte d'un nouveau segment ou niche ;
 - Innovation marketing ;
 - Arrivée sur le marché en imitant...
- Les stratégies politiques :
 - Contrat client ;
 - Achat facilité ;
 - Changement des règles...
- Niveau d'investissement :
 - Haut ;
 - Moyen ;
 - Faible.

Pour conclure sur ce point nous dirons que les choix stratégiques offerts à la nouvelle entreprise sont vraiment large et ce serait une erreur d'en avoir une vision restrictive. Pour SAPORTA (1989) « *les options stratégiques de la PME sont avant tout des choix destinés à maximiser les chances de survie de l'entreprise* ». ²⁴

VI- La logique effectuale

L'effectuation constitue une façon entièrement nouvelle de concevoir la démarche entrepreneuriale. Elle est née de l'observation de ce que font vraiment les entrepreneurs, spontanément, et non d'un travail de recherche qui visait à leur dire ce qu'ils doivent faire.

Le projet démarre avec l'entrepreneur et non avec l'idée, et que ce dernier s'appuie sur sa personnalité, ses connaissances, et son réseau de relations, « Qui il est ?, Ce qu'il

²⁴SAPORTA (1989) cité par SALOUM, S-H. (2012), op.cit.

Chapitre 1 - Les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

connait et Qui il connait », voilà les trois ressources considérables qui forment le point de départ d'un projet entrepreneurial.

L'effectuation selon Philippe SILBERZAHN défend l'idée d'un entrepreneuriat accessible à tous, et non réservé à quelques super-héros.

VI-1- Les principes de la logique effectuale

L'effectuation s'appuie sur cinq principes qui inversent ceux de la stratégie classique.

- Démarrer avec ce que vous avez : dans la logique classique les entrepreneurs partent des moyens à leurs dispositions pour définir leurs objectifs (cette logique est dite causale, car elle cherche les causes permettant d'obtenir un effet souhaité). Tandis que la logique effectuale inverse cette approche en cherchant les effets possibles de moyens donnés (la personnalité de l'entrepreneur, ses connaissances et ses relations)
- Raisonner en perte acceptable : les entrepreneurs raisonnent en termes de perte acceptables. Ils essaient quelque chose en sachant ce qu'ils peuvent perdre. Et ils savent qu'ils peuvent se permettre cette perte. (perte de temps et de salaire est connue à l'avance, le risque parfaitement contrôlé).
- Obtenir des engagements : En fait l'approche de l'entrepreneur est beaucoup mieux caractérisée par l'expression, un peu étrange au premier abord, de 'patchwork fou'. Un patchwork est une pièce de tissu composée de différents morceaux cousus les uns aux autres. Souvent réalisé en groupe, chacun apporte son ou ses morceaux, ce qui fait qu'il est impossible de prévoir quels morceaux vont être ajoutés lors d'une séance de couture, car cela dépend de qui est présent ce jour-là. La démarche entrepreneuriale est exactement la même : elle consiste donc non pas à résoudre un puzzle conçu par d'autres, mais à constituer et développer un projet avec des parties prenantes qui se sélectionnent elles-mêmes, sans que l'on puisse dire à l'avance avec qui le patchwork fou sera créé, et donc quelle forme il prendra. « *Ainsi, alors que l'analyse de la concurrence est l'un des piliers de la démarche stratégique dans la mesure où elle permet de s'insérer dans la structure de l'industrie au sein de laquelle on se lance, les entrepreneurs s'intéressent plus à la création de partenariats avec différents types d'acteurs (parties prenantes) afin de «Co-construire» l'avenir ensemble* »²⁵.
- Tirer parti des surprises alors que la planification stratégique a pour but d'éviter les surprises, les entrepreneurs accueillent celles-ci favorablement et en tirent parti
- Créer le contexte : ces principes conduisent à passer d'une logique de prédiction (essayer de deviner le marché) à une logique de contrôle (l'inventer). Dans la mesure où nous pouvons contrôler l'avenir nous n'avons plus besoin de le prévoir. Le rôle de

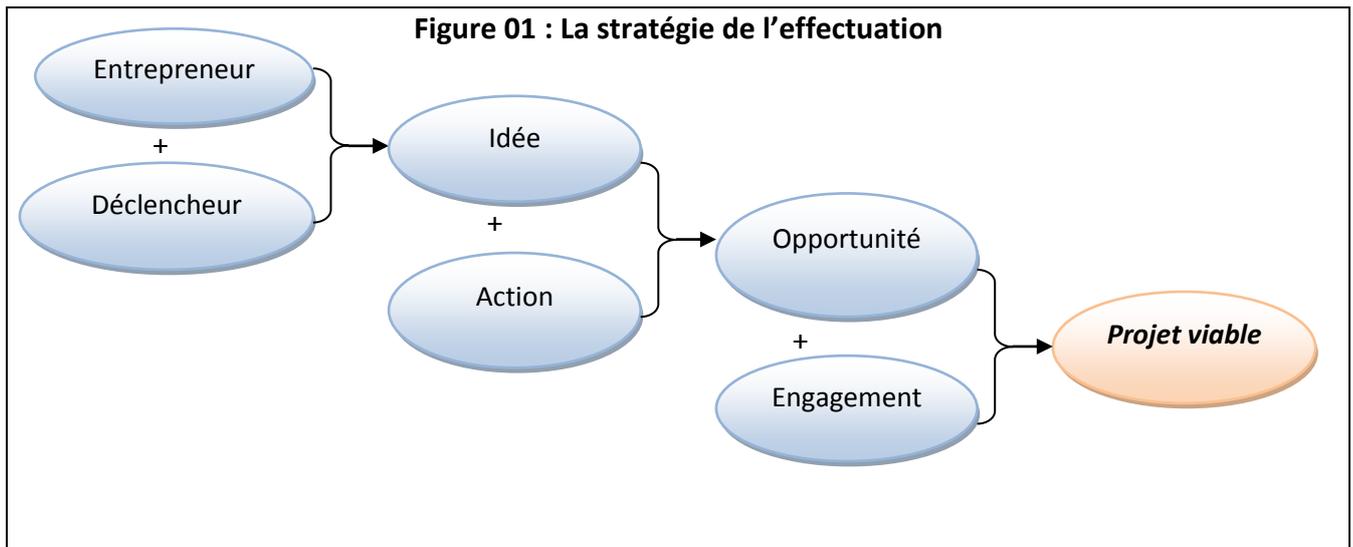
²⁵ Philippe SILBERZAHN. L'effectuation : les principes de l'action entrepreneuriale, 2011, P34.

Chapitre 1 - Les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

l'entrepreneur est de créer de nouveaux univers et non de découvrir les univers existants. Dans cette logique de contrôle c'est l'action qui est privilégiée à l'analyse.

VI-2- La stratégie de l'effectuation

Dans cet esprit, l'effectuation redéfinit quelques concepts de base que nous allons présenter dans le schéma ci-dessous :



Source : Etabli par nous même à partir de L'effectuation : les principes de l'action entrepreneuriale de Philippe SILBERZAHN (2011)

Le point de départ c'est toujours l'entrepreneur, lorsque ce dernier rencontre un déclencheur (des circonstances, une rencontre...) il obtient une idée de création. A cette étape l'entrepreneur doit agir pour donner corps à son idée, c'est la combinaison entre l'idée et l'action qui donne naissance à l'opportunité c'est-à-dire un ensemble d'idées, de croyances et d'actions qui visent à créer de futures produits ou services. Une fois que l'entrepreneur a détecté son opportunité il ne suffit pas seulement d'établir un plan d'affaire mais aussi, il est nécessaire à ce stade d'essayer d'obtenir d'autres ressources. Pour que le projet soit donc viable, il faut qu'il suscite l'adhésion d'un nombre croissant de parties prenantes. C'est cette dynamique sociale qui marque la viabilité du projet.

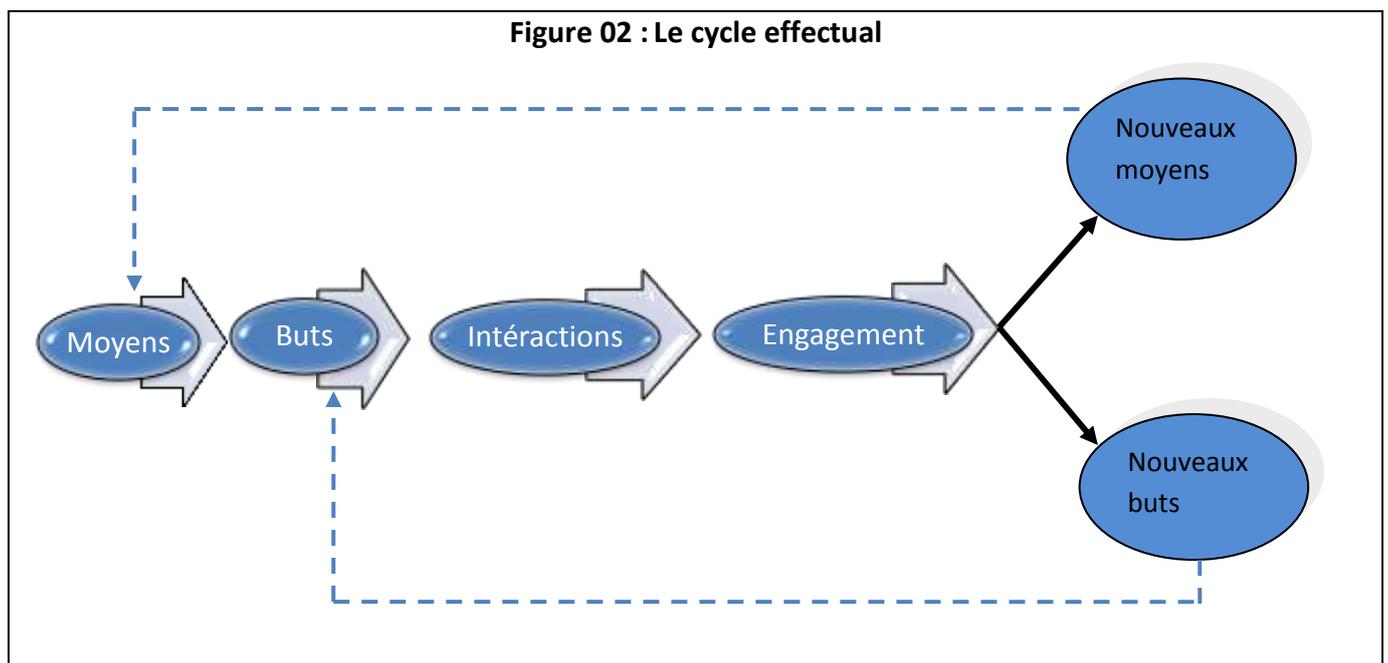
Chapitre 1 - Les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

Tableau 01 : étude comparative entre la logique causale et logique effectuale

LOGIQUE CAUSALE	LOGIQUE EFFECTUALE
Agir sur les causes (moyens) pour obtenir un effet (but) prédéterminé	Déterminer les effets (buts) à partir des causes (moyens) donnés
<ul style="list-style-type: none"> • But exogène et prédéterminé • Choix des moyens pour atteindre le but • Logique d'optimisation • Déterministe • Délibéré 	<ul style="list-style-type: none"> • Buts endogènes, émergent en fonction des moyens disponibles • Logique de création • Non déterministe • largement émergent
« prédire pour contrôler »	« contrôler pour ne pas avoir à prédire »
Mangers	Entrepreneurs

Source : Philippe SILBERZAHN Effectuation : Les principes de l'action entrepreneuriale

Voici ci-dessous un schéma explicatif :



Source : Saras SARASVATHY. Qu'est-ce que l'effectuation?

Généralement l'idée de démarrage n'est qu'une intuition, et c'est à l'entrepreneur de construire son opportunité. Le point de départ du projet c'est les moyens et les ressources dont il dispose l'entrepreneur (tangibles, intangibles...), et à partir de là il pourrait déterminer les buts possibles selon ces vraies capacités. Impliquer de nouvelles parties prenantes peut apporter de nouvelles ressources, cela permet d'améliorer les buts, voire même définir de nouveaux, ce qui veut dire de nouvelles actions.

Conclusion

Ce chapitre a été construit de deux grandes parties, la première s'est intéressée aux concepts théoriques de l'entrepreneuriat, là où nous avons accordé un grand intérêt aux travaux de VERSTRAETE et FAYOLLE (2005), dans leur travail, ils ont cherché à mettre en évidence quatre paradigmes de recherche en entrepreneuriat : le paradigme de la création de valeur, le paradigme de l'opportunité d'affaire, le paradigme de la création d'une organisation et le paradigme de l'innovation. Ils ont éclairé une grande partie du prisme de la recherche en entrepreneuriat (BOUSLIKHANE 2011). Malgré ça, l'entrepreneuriat ne possède pas encore ses propres paradigmes, ce qui fait que les chercheurs en entrepreneuriat insistent sur la complexité du phénomène entrepreneurial.

Cependant, le mot entrepreneur constitue la racine de l'entrepreneuriat, l'intérêt porté à ce mot nous a mené à exposer ses typologies, ses motivations et ses caractéristiques.

Dans la seconde partie de ce chapitre nous avons identifié le processus entrepreneurial, nous avons aussi expliqué l'importance de ce dernier dans le domaine de l'entrepreneuriat. Chaque entrepreneur possède un processus entrepreneurial spécifique à lui. En revanche, pour une meilleure réussite de sa création, il doit impérativement passer par les principales phases du processus entrepreneurial dont : la phase du déclenchement (elle résume l'ensemble des activités se produisant avant le lancement de la création), la phase d'engagement total (moment de réalisation des activités de l'entrepreneur), la phase de survie et de développement (c'est là où le créateur doit s'affirmer autant qu'entrepreneur, il va donc, résoudre les conflits, négocier, influencer et motiver les autres).

Chapitre 1 - Les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

Ce présent chapitre nous est d'une grande utilité dans la conduite de notre enquête de terrain. Si nous essayons de mettre en relation le volet théorique (les savoirs théoriques) et le volet pratique (l'enquête) nous pouvons dire que ce lien (intégration des savoirs théoriques dans le cas pratique) est d'une grande ampleur, il nous a orienté vers une meilleure sélection des questions pertinentes, utiles dans notre travail d'interrogation. Trois principales interrogations suscitent notre intérêt :

La première, comme l'indique DANJOU dans son propos : « *on ne peut pas parler d'entrepreneur en faisant l'impasse sur les forces profondes qui l'animent* ». Dans la suite de notre travail, nous allons essayer de trouver ces facteurs qui animent l'entrepreneur en essayant d'apporter des réponses rigoureuses à la question : Que peuvent être ces facteurs et à quel point peuvent-ils stimuler et/ou empêcher l'insertion des diplômés universitaires par l'entrepreneuriat ?

La deuxième portera sur la formation universitaire du créateur. Nous admettons que l'entrepreneuriat peut constituer à la fois une voie d'insertion pour de nombreux étudiants et un outil de lutte contre le problème du chômage que rencontrent ces derniers. Ce ci nous mène à se demander quels rôles peut jouer la formation universitaire dans la détection d'opportunité et la décision d'entreprendre ?

La troisième, notre étude a pour objectif d'apporter un éclairage ou du moins des éléments de réponses quant au processus entrepreneurial que doit adopter un entrepreneur pour mener sa création. La question qui s'impose et à laquelle nous allons essayer de répondre est : Quel processus doivent suivre les jeunes diplômés afin de réussir leur création ?

Chapitre 2 – Les déterminants de l'Entrepreneuriat en Algérie

Introduction

Depuis l'accession à l'indépendance, en 1962, l'Algérie a connu de nombreuses étapes dans la mise en œuvre d'une politique de développement. Dans la première section de ce chapitre nous allons exposer brièvement les deux grandes périodes qui caractérisent l'économie algérienne : la première période, de 1966 jusqu'à 1986, celle qui a duré très longtemps et qui a été caractérisé par le socialisme, hausse de la rente en hydrocarbures et une forte croissance. La deuxième période, de 1986 jusqu'à nos jours, elle se caractérise par la transformation de l'économie étatisée et par de nombreux événements qui ont bouleversé l'économie algérienne. Par la suite, nous allons nous intéresser aux processus de réformes qui ont été engagés pendant les années 80. Il a fallu, donc, attendre le début de la deuxième période pour que la véritable reconfiguration des structures économiques commence. Et c'est ce que nous allons traiter dans la deuxième partie de ce présent chapitre.

Section 1 - Les réformes économiques engagées face à la crise du secteur public algérien

Dans cette section nous allons faire une brève présentation de l'économie algérienne pour présenter par la suite les deux grandes périodes qui la caractérisent, en mettant l'accent sur le processus des réformes économiques engagés face à la crise du secteur public.

I-L'économie algérienne et les deux grandes périodes qui la caractérisent

L'économie algérienne se caractérise par deux grandes périodes. La première : souveraineté économique et industrialisation, la deuxième : la crise des années quatre-vingt et ses répercussions sur l'économie algérienne.

I-1- Première période : souveraineté économique et industrialisation

A l'indépendance, l'Algérie avait comme premières priorités: développement des branches exportant des produits primaires (l'industrie des hydrocarbures, pétrole et surtout gaz) près de 50% des investissements de 1970 à 1978, développement des sous-branches de la sidérurgie complémentaires des hydrocarbures (tubes, produits plats) développement de branches tournées vers le marché intérieur : ciments, biens d'équipement, biens de consommation. En revanche, toute la priorité était focalisée sur l'industrie lourde. Le secteur industriel était considéré comme le moteur du développement algérien. Dans ce même secteur, les entreprises étaient largement dépendantes des importations (équipements, intrants).

L'Etat algérien a développé un vaste secteur public. A coté de cela un programme de réhabilitation et de développement des PME a été appliqué, ce qui a constitué un réseau dense de PME, avec peut de capitaux leur efficacité été remarquable dans le bâtiment, le petit équipement et la maintenance industrielle. La destruction du secteur privé commence en 1974 avec l'arrivée d'un nouveau discours politique, les entrepreneurs avaient trois choix : soit de continuer à travailler sans le déclarer, soit de convertir à l'étranger, soit de faire sortir leurs chapiteaux du pays.

Cependant, les investissements réalisés durant cette période ont accéléré les changements de la société algérienne, tel que le développement du système éducatif, l'urbanisation, la valorisation des ressources naturelles, la diminution des taux de chômage et l'augmentation des revenus...

Trois phases caractérisaient cette première période ¹ :

- 1967-1973 : cette phase été marquée par d'importants événements : nationalisations, constitution des grands ensembles industriels, gestion socialiste des entreprises, élaboration des plans de développement, révolution agraire.
- 1974-1979 : cette seconde phase s'est caractérisée par l'accélération de l'investissement industriel grâce à la hausse des capacités financières du pays. La part

¹ TALAHITE.F, (2010). « Réformes et transformations économiques en Algérie ». Rapport en vue de l'obtention du diplôme HABILITATION À DIRIGER DES RECHERCHES, économies et finances. Université Paris 13-Nord.

Chapitre 2 – Les déterminants de l'Entrepreneuriat en Algérie

des infrastructures économiques avait augmenté, tandis que celle de l'agriculture était stagnée.

- A partir de 1979 : cette phase été consacrée pour parachever les projets en retard et les restes à réaliser.

I-2- Deuxième période : la crise des années quatre-vingt et ses répercussions sur l'économie algérienne

L'économie algérienne est une économie pétrolière, le pétrole brut algérien se retrouva à 10 dollars le baril en 1986 contre 42 dollars en 1985. L'évolution fut similaire pour le gaz (deuxième produit exporté). Les recettes du secteur des hydrocarbures constituent près de 97% des recettes en devises du pays, et près de 50% des recettes fiscales. L'activité agricole ne pouvait pas constituer une alternative et fournir un relais de croissance.

La situation économique et sociale de l'Algérie s'était fortement dégradée, il était donc nécessaire de rechercher une nouvelle orientation de la politique économique pour soutenir l'économie et surtout pour absorber le chômage qui a connu une forte hausse durant cette décennie. Le monopole de l'Etat et la fermeture de l'économie algérienne ont rendu cette dernière plus vulnérable au lieu de la protéger et le choc pétrolier n'a fait qu'amplifier la crise.

II- Le lancement de processus de réformes économiques

A la fin des années quatre-vingt, l'Algérie s'est engagée dans un vaste programme de réformes économiques visant à transformer tout le fonctionnement de l'économie. Ces réformes se déroulent en plusieurs phases :

II-1- Tentative de réformes autonomes 1986-1991

En 1986, dans le but de maîtriser la crise, le gouvernement avait chargé des groupes de travail (économistes, juristes, sociologues, gestionnaires, spécialistes de finance, de l'éducation, de la santé et de la sécurité...) d'élaborer des projets et des réformes dans tous les domaines économiques et sociaux. En 1987 un premier rapport a été remis au gouvernement contient l'essentiel de la démarche, dans une vision à long terme basée sur le rétablissement des équilibres internes et la recherche d'une insertion active dans l'économie mondiale (F. TALAHITE 2010). Le projet a été soumis au débat alors que sur le plan interne, la situation politique empêchait sa mise en œuvre car il a fallu favoriser la création des conditions de la réforme.

La situation économique du pays a montré la nécessité de rééquilibrer l'économie en faveur d'autres secteurs. Les premières lois ont été adoptées en janvier 1988. Les mesures ont touché en premier lieu l'agriculture avec la redistribution des terres nationalisées par la révolution agraire qui a eu très rapidement des effets positifs sur la production agricole.

Chapitre 2 – Les déterminants de l'Entrepreneuriat en Algérie

Durant la même année la libération du commerce extérieur a eu lieu (une libération partielle), qui a été complétée en 1989. Suite à cette loi, la distinction juridique entre entreprises publiques et privées a été supprimée. En revanche, le libre accès à l'activité commerciale à toute personne physique ou morale, le libre passage d'une activité à une autre, le libre accès au marché ainsi que la libre circulation des capitaux à l'intérieur du pays, ont été assurés.

La réforme du système des prix de 1989 avait comme objectif : la libération des prix. Un taux d'inflation très élevé a été enregistré pendant la période des réformes.

L'avènement de la Loi relative à la Monnaie et au Crédit en 1990 allait redéfinir complètement la configuration du système bancaire algérien. La politique monétaire est orientée vers la désinflation et la stabilité des prix.

L'année 1988 constitue un moment clé pour l'économie algérienne en général, et pour le secteur privé en particulier. Les principales étapes de la restructuration des entreprises publiques depuis 1990 (Ahmed MAHIOU, 2001)² sont les suivantes :

- Donner aux entreprises publiques une autonomie de gestion (organisation sous forme de sociétés par actions soumises au droit commercial privé comme les sociétés privées), supprimer la tutelle administrative autrefois exercée par les ministères, opérer une séparation entre les droits de propriété et le pouvoir de gestion, et ne plus faire supporter aux entreprises publiques les sujétions de service public sans rémunération.
- Confier la gestion du portefeuille d'actions concernant ces entreprises à des sociétés fiduciaires appelées fonds de participation chargés d'administrer le capital marchand au nom de l'État.
- Libérer progressivement tous les prix et supprimer toutes les subventions dont bénéficiaient un grand nombre de produits de première nécessité et des produits considérés comme stratégiques.
- Appliquer le nouveau code du travail adopté pour libéraliser les contrats de travail et l'exercice du droit syndical.
- Enfin, la première levée du monopole de l'État sur le commerce extérieur a été adoptée en 1990. Mais, après de nombreuses remises en cause, cette libéralisation ne s'est imposée qu'à partir de 1995, dans le cadre du programme d'ajustement structurel (PAS).

II-2- Programme d'ajustement structurel avec le FMI 1993-1999

De l'ajustement structurel volontaire en 1989-1991, l'Algérie est passée à l'ajustement dans le cadre des conditionnalités du FMI en 1994. Les profonds déséquilibres se sont aggravés sous l'effet d'une nouvelle chute des prix du pétrole.

²MAHIOU Ahmed (2001), Où va l'Algérie, éditions karthala.

Chapitre 2 – Les déterminants de l'Entrepreneuriat en Algérie

Nous tenons à présenter l'essentiel des réformes qui ont été engagées en vue de développer le secteur privé à partir de l'année 1994 (BABA-AHMED in MAHIOU, 2001)³

- Instauration d'un nouveau code des investissements, qui autorise les prises de participations étrangères dans les banques algériennes. 1994
- Élargissement du cadre juridique aux fins de la privatisation des entreprises publiques.
- Autorisation de la vente d'unités d'entreprises publiques et de la participation du secteur privé au capital de la plupart des entreprises publiques. 1994
- Autorisation de la participation illimitée du secteur privé au capital de la plupart des entreprises publiques. 1995
- Liquidation de 827 des 1 300 entreprises publiques locales. 94/97
- Octroi de l'autonomie à 22 grandes entreprises publiques affichant des pertes substantielles et qui avaient requis un suivi spécial et des programmes de restructuration. 94/96
- Adoption, en collaboration avec la Banque mondiale, d'un premier programme de privatisation ciblée sur environ 200 petites entreprises locales. 1996
- Adoption de plans de restructuration pour 10 offices publics d'importation et de distribution de produits alimentaires ainsi que pour les compagnies de chemin de fer, de gaz et d'électricité. 1996
- Publication d'un programme de privatisation de 250 grandes entreprises publiques en 1998/99. 1997.

L'avènement des nouvelles réformes économiques était accompagné par une transformation radicale du cadre juridique et institutionnel dans lequel se déroulait l'activité économique elle-même, ce qui a eu des répercussions négatives sur le pays.

Pour l'Algérie, l'adoption de nouvelles réformes signifie la fin de l'économie administrée, sachant que la réforme n'a pas visé son démantèlement, mais son insertion dans une économie de marché où la monnaie et la gestion monétaire reprennent leurs droits, pour cela chaque acteur devait jouer son rôle parfaitement (les entreprises, les banques, les partenaires...).

Le déséquilibre économique était très profond depuis le début de la décennie quatre-vingt dix, en 1993 le service de la dette extérieure avait atteint un taux record de 86%, suite à cet événement le gouvernement algérien devait négocier un PAS avec le FMI et la banque mondiale. Les accords ont été conclus en 1994, l'application du plan d'ajustement structurel avait débouché sur des résultats allant au-delà des engagements contractés (Ahmed BOUYACOUB 1997).

³BABA-AHMED in MAHIOU (2001), Où va l'Algérie, éditions karthala.

Chapitre 2 – Les déterminants de l'Entrepreneuriat en Algérie

La première année du PAS avait donné naissance à deux ordonnances importantes : l'ordonnance sur la privatisation des entreprises publiques et l'ordonnance sur la gestion des capitaux marchands de l'État. L'ajustement structurel a visé à réduire les obstacles au développement du secteur privé en réduisant l'interventionnisme de l'Etat.

A partir de 1997, une mise en place d'un nouveau cadre d'investissement étranger a eu lieu, qui met en place l'égalité de traitement entre investisseurs étrangers et investisseurs nationaux et ouvre la plupart des secteurs aux investisseurs étrangers (en excluant certains secteurs stratégiques).

Dans le but de favoriser l'investissement et la création d'entreprise, notamment la création d'emploi, une mise en place d'un cadre incitatif à l'investissement privé national a eu lieu avec une nouvelle loi en 1988. Les activités industrielles et les services jugés prioritaires (industrie, services et bâtiments et travaux publics) ont bénéficié d'avantages fiscaux et de bonifications financières provisionnées par la loi de finance.

L'effort du développement durant la première période avait eu de bons résultats. Par contre, la deuxième période (les années 90) a été marquée par un accroissement du taux de chômage. La demande totale du travail était très élevée. Les réformes économiques engagées durant la période devaient remettre en question ce taux élevé du chômage, le secteur public avait perdu sa prédominance dans la création d'emploi. Cette situation avait ouvert les portes aux activités informelles et illégales.

En vue de créer de l'emploi, et dans le but d'atténuer la sévérité du chômage, de nouvelles législations ont été lancées, de nouveaux droits ont été reconnus par la loi :

- Un assouplissement des conditions de licenciement et du temps de travail ;
- Le salaire minimum garanti ;
- Le droit à la syndicalisation ;
- Le contrat du pré-emploi ;
- Le droit à la grève.

La création d'entreprise a été aussi un moyen utilisé pour faire face à la crise, notamment la création d'emploi, de nombreux dispositifs et programmes ont été libellés pour encourager la création des petites et moyennes entreprises. Un cadre d'accompagnement institutionnel est progressivement mis en place en vue d'améliorer les performances :

- La mise en place de l'Agence Nationale de l'Emploi et de la main d'œuvre (ANEMO) ;
- l'Agence de Développement Social (ADS) ;
- l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ) ;
- L'Agence Nationale de Gestion du Microcrédit (ANGEM) ;
- Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI).

Des mesures ont été prises pour encourager ces initiatives, elles se traduisent par une baisse des taxes fiscales et des charges sociales, et la simplification des procédures

Chapitre 2 – Les déterminants de l'Entrepreneuriat en Algérie

administratives de création d'entreprises. Et c'est là que l'entrepreneuriat avait pris son essor en Algérie.

II-3- Tentative de radicalisation des réformes libérales 2001- 2008

Les années 2000 marquent une nouvelle orientation de l'Etat en faveur de la relance de l'investissement public. En effet à la faveur d'une forte hausse du prix du pétrole à partir du début des années 2000 (de 19 Dollar à plus de 120 Dollar), ce qui a eu des répercussions positives sur l'économie algérienne :

- Relance par l'investissement public en infrastructures, autoroutes, chemin de fer, programme d'un million de logements ;
- Relance par la consommation des ménages, induite par la hausse des revenus dans le secteur public. Ce qui a eu comme conséquences : la forte augmentation de la consommation des ménages et l'explosion des importations.

En 2001, un plan de relance de soutien économique est mis en place. Il s'agit d'un ensemble de réformes qui visent la croissance du secteur public, la réduction du taux de chômage, la maîtrise de l'inflation et l'entrée des investisseurs étrangers (un nouveau code d'investissement favorable aux investissements étrangers dans les secteurs stratégiques : hydrocarbures, sidérurgie...).

En 2002, au moment de la signature de l'accord d'association avec l'UE, l'Algérie s'engage à privatiser en moins de deux ans l'essentiel des 700 entreprises du secteur public. Selon un bilan fait en 2007, les principaux secteurs où ont été réalisées des privatisations sont l'agroalimentaire, la sidérurgie et les mines, et les repreneurs sont à plus de 75% d'origine algérienne (TALAHITE 2010). Dans ce cadre, l'objectif attendu des privatisations est de renforcer le secteur privé pour lui permettre de se constituer comme moteur de l'industrialisation.

En 2007, une nouvelle stratégie industrielle a été lancée, elle avait trois objectifs spécifiques: accroître la part de l'industrie dans le PIB, diversifier les exportations et l'économie, accroître la contribution de l'industrie à la création d'emploi. D'une manière indirecte, c'était une poursuite du programme des années quatre-vingt. Le secteur privé devient dominant dans l'économie hors hydrocarbures, avec une VA passant de 60% à près de 90% de l'économie entre 1989 et 2005.

Un autre plan complémentaire de soutien à la croissance a été lancé à partir de 2015. Ce dernier avait ciblé les filières industrielles à potentiel économique, afin de revaloriser les avantages comparatifs au moyen d'investissement privé et public. Un effort particulier est porté sur le développement des PME et le secteur privé, cet effort se manifeste par la création de l'agence de développement de l'investissement.

Chapitre 2 – Les déterminants de l'Entrepreneuriat en Algérie

Section 2 – Les politiques de soutien à l'entrepreneuriat en Algérie

La volonté de développer l'entrepreneuriat privé en Algérie s'est manifesté par la mise en place de plusieurs programmes et dispositifs de soutien à l'entrepreneuriat. Cette section fera l'objet de présenter ces dispositifs de soutien à l'entrepreneuriat.

I- Les dispositifs de soutien à l'entrepreneuriat en Algérie

Les dispositifs de soutien à l'entrepreneuriat recouvrent des institutions spécialisés et des mécanismes dédiés au soutien et à la promotion des petites et moyennes entreprises. Ils jouent un rôle actif dans le développement de l'entrepreneuriat en Algérie. Leur mission est d'assurer l'accompagnement pour les jeunes créateurs. Nous citons dans ce qui suit les dispositifs les plus accessibles aux entrepreneurs d'aujourd'hui. Nous tenons à signaler que la liste n'est pas exhaustive.

I-1- Le dispositif ANSEJ (Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes)

I-1-1- Présentation de l'ANSEJ

L'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes est une institution à caractère public, dotant d'une personnalité morale et d'une autonomie financière, créée en 1996 par le décret exécutif n° 96-295 du 24 RABIE ETHANI 1417 correspondant au 08 septembre 1996, placée sous la tutelle du Ministère du Travail, de l'Emploi et de la Sécurité Sociale (HAMOUR 2019). Actuellement le dispositif ANSEJ est placé sous tutelle du ministre délégué auprès du premier ministre chargé des micros entreprises (journal officiel n° 41, décret exécutif du 20 juillet 2020). Elle a entamé ses missions à partir de 1997. Son champ d'intervention s'étend à tout le territoire national à travers une antenne dans chaque wilaya et trois dans la capitale. Le dispositif ANSEJ vise un objectif économique de création d'entreprises et d'emploi.

I-1-2- Les missions de l'ANSEJ

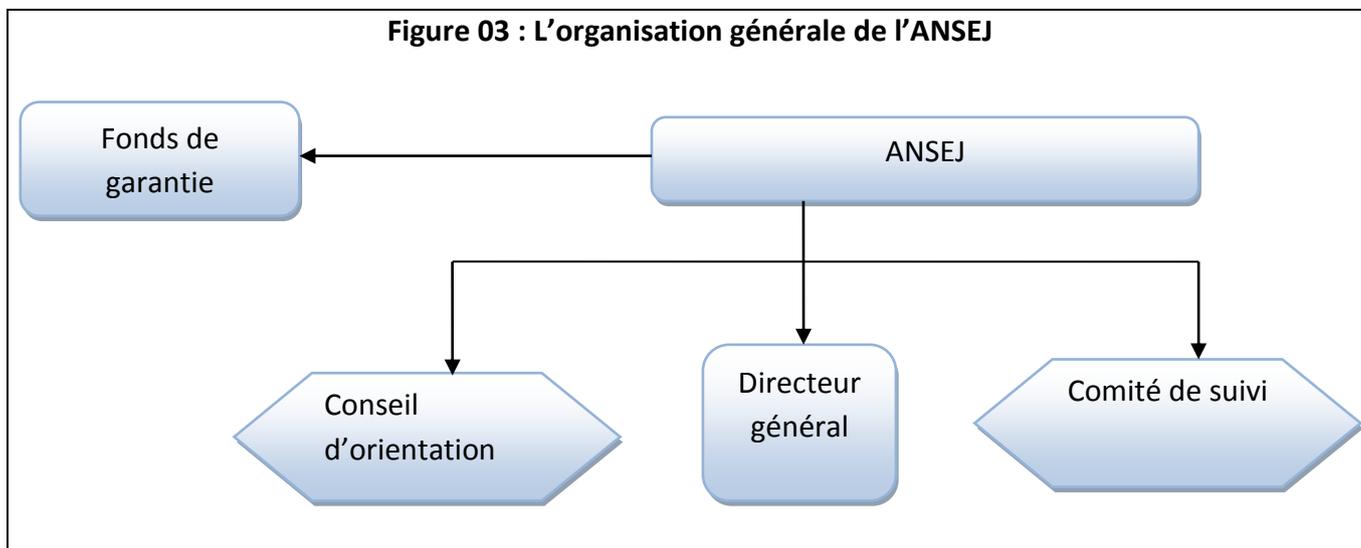
L'ANSEJ a pour missions principales :

- De soutenir, de conseiller et d'accompagner les jeunes promoteurs dans le cadre de la mise en œuvre de leurs projets d'investissement;
- De gérer, conformément à la législation et à la réglementation en vigueur, les dotations du Fonds National de Soutien à l'Emploi des Jeunes ;
- De notifier aux jeunes promoteurs les différentes aides du Fonds National de Soutien à l'Emploi des Jeunes et autres avantages.
- D'assurer le suivi des investissements réalisés par les jeunes promoteurs en veillant au respect des clauses des cahiers des charges qui les lient à l'agence et en les assistant, en cas de besoin, auprès des institutions et organismes concernés par la réalisation des investissements ;
- De former les promoteurs ;
- D'entretenir des relations continues avec les banques et les établissements financiers dans le cadre du montage financier des projets, de la mise en œuvre du schéma de financement, du suivi de la réalisation et de l'exploitation des projets ;

Chapitre 2 – Les déterminants de l'Entrepreneuriat en Algérie

- De mettre à la disposition des jeunes promoteurs toutes informations relatives à l'exercice de leurs activités ;
- De créer une banque de projets économiquement et socialement utiles⁴.

I-1-3- L'organisation générale de l'ANSEJ



Source : HAMOUR 2019, Mémoire de Magistère en Sciences Economiques page 110

I-1-3-1- Le Conseil d'Orientation

Le conseil d'orientation est l'une des composantes principales de l'ANSEJ, il est composé des membres suivants :

- Des représentants des ministères concernés,
- Des Présidents ou des représentants des chambres professionnelles (CACI, CNAM, CNA), du directeur de l'ANDI,
- Du Directeur de l'Agence Nationale de valorisation des résultats de la recherche et du développement technologique ou de son représentant,
- Du Président du Fonds de Caution Mutuelle de Garantie Risques/Crédits jeunes promoteurs ou de son représentant,
- Du Président d'Association des Banques et Etablissements financiers et de deux représentants d'Associations Nationales de Jeunes.

Le Président du Conseil d'Orientation est élu par ses pairs, ainsi que le vice Président, tandis que le secrétariat est assuré par le Directeur Général de l'ANSEJ.

Le Conseil d'Orientation, lors de ses sessions délibère conformément aux lois et aux règlements en vigueur sur toutes les questions relatives :

⁴ HAMOUR, CH (2019). Entrepreneuriat des diplômés universitaires dans le cadre du dispositif ANSEJ. Mémoire de Magister en Sciences des Economiques, UMMTO-2019;

Chapitre 2 – Les déterminants de l'Entrepreneuriat en Algérie

- A son organisation : organisation interne et règlement intérieur, services centraux et déconcentrés, création d'antenne régionales ou locales ;
- Aux dépenses de fonctionnement et d'équipement de l'agence et celle liées à son objet et missions ;
- Aux conditions liées au recrutement et au formation des personnels de l'agence ;
- Aux bilans et comptes de résultats, et à la désignation d'un commissaire aux comptes ;
- Acceptation des dons et legs⁵.

I-1-3-2- Le Directeur Général

Le Directeur Général est nommé sous la proposition du ministre délégué auprès du premier ministre chargé des micros entreprises. Il a pour mission de :

- Assurer la représentation de l'agence à l'égard des tiers, signer tout acte engageant l'agence ;
- Veiller à la réalisation des objectifs assignés à l'agence et assurer l'exécution des décisions du conseil d'orientation ;
- Assurer le fonctionnement des services et exerce l'autorité hiérarchique sur l'ensemble du personnel de l'agence. Il nomme le personnel dans les conditions prévues par la réglementation en vigueur;
- Ester en justice et prendre toute mesure conservatoire ;
- Etablir et soumettre à l'approbation du conseil d'orientation les états prévisionnels de recettes et dépenses,
- Dresser et soumettre à l'approbation du conseil d'orientation le bilan et les comptes des résultats ;
- Passer tout marché, contrat, convention et accord, dans le cadre de la réglementation en vigueur ;
- Ordonnancer les dépenses de l'agence ;
- Présenter à la fin de chaque exercice un rapport annuel d'activité accompagné des bilans et comptes de résultats au ministère chargé de l'emploi ;
- Etablir et soumettre à l'approbation du conseil d'orientation le projet de règlement intérieur de l'agence et veille au respect de son application.

A partir de 1998, la fonction du directeur général est classée par référence, à la fonction supérieure de l'Etat de chargé de missions auprès du Chef du Gouvernement⁶.

I-1-3-3- Le Comité de Surveillance

Le comité de surveillance est composé de trois (3) membres désignés par le Conseil d'Orientation. Il désigne son Président parmi ses membres pour la durée de son mandat. Le comité de surveillance est chargé de :

⁵ Décret n° 96-296, (1996), page 31.

⁶ Décret exécutif n° 98-231 du 19 Rabie El Aouel, correspondant au 13 juillet 1998 complétant le Décret exécutif n° 96-296 du Rabie Ethani 1417 correspondant au 8 septembre 1996, page 34.

Chapitre 2 – Les déterminants de l'Entrepreneuriat en Algérie

- Exercer pour le compte du conseil d'orientation un contrôle a posteriori de la mise en œuvre de ses décisions ;
- Tenir des réunions, en présence du Directeur Général à la fin de chaque trimestre, et en cas de besoin, à la demande du directeur général ou de deux (2) de ses membres ;
- Présenter au Directeur Général toutes observations et recommandations utiles quant aux meilleures modalités de mise en œuvre des programmes et projets engagés par l'agence ;
- Donner son avis sur les rapports périodiques de suivi, d'exécution et d'évaluation établis par le Directeur Général ;
- Présenter au conseil d'orientation ses observations et recommandations sur les états prévisionnels de recettes et dépenses de l'agence et son programme d'activités, ainsi que le rapport annuel de gestion du Directeur Général.
- Procéder et conduire à bonne fin, à son initiative ou sur décision du conseil d'orientation, tout contrôle ou audit sur l'usage des fonds de l'agence⁷.

I-1-4- Les conditions d'éligibilité aux dispositifs de l'ANSEJ

Lors de la création de leurs activités, le ou les jeunes promoteurs doivent, pour bénéficier de l'aide du Fonds National de Soutien à l'Emploi des Jeunes, remplir les conditions cumulatives suivantes :

- Etre âgé (s) entre 19 et 40 ans. Si le porteur du projet est âgé entre 19 et 20 ans, il est dans l'obligation de justifier sa situation vis-à-vis du service national. Dans le cas d'une personne morale, en l'occurrence SARL OU SNC, uniquement un promoteur peut être âgé de plus de 35 ans. Ce dernier sera le gérant de la micro entreprise.
- Etre titulaire (s) d'une qualification professionnelle et/ou posséder un savoir faire reconnu.
- Mobiliser un apport personnel sous forme de fonds propres d'un niveau correspondant au seuil minimum déterminé par le type de financement et le niveau de l'investissement.
- Ne pas occuper un emploi rémunéré au moment de l'introduction de la demande d'aide.
- Etre inscrit auprès des services de l'Agence Nationale de l'Emploi comme demandeur d'emploi.

I-1-5- Les formules de financement de l'ANSEJ

- Le financement triangulaire est un financement tripartite, et il fait participer trois acteurs dans l'investissement du projet :
 - Le promoteur avec un apport personnel de 1% à 2% ;
 - L'ANSEJ avec un prêt non rémunéré de 28% à 29% ;
 - La banque avec un crédit de 70% dont les intérêts sont bonifiés à 100%.

⁷ Décret n° 96-296, (1996), page 35.

Chapitre 2 – Les déterminants de l'Entrepreneuriat en Algérie

- Le financement mixte est un financement biparti, il fait participer deux acteurs :
 - Le promoteur avec un apport personnel de 71% à 72% ;
 - L'ANSEJ avec un prêt sans intérêt de 28% à 29%.
- L'autofinancement est une autre formule dont le jeune promoteur finance la totalité de son projet, par contre il s'inscrit au niveau de l'ANSEJ pour bénéficier des avantages qu'offre cette dernière aux entrepreneurs⁸.

I-1-6- Les aides financières et les avantages fiscaux accordés par l'ANSEJ

L'ANSEJ est un organisme qui offre des aides financières et beaucoup d'avantages fiscaux à ses promoteurs, ils sont accordés sur deux phases.

- **Durant la phase de réalisation**

Les aides financières et les avantages fiscaux accordés au cours de cette phase sont les suivants :

- Le prêt non rémunéré qui est un prêt bancaire bonifié à 100% ;
- Un délai de remboursement allant jusqu'à 13 ans (8 ans pour la banque et 5 ans pour l'ANSEJ) ;
- Un prêt de 500.000 DA en plus de prêt non rémunéré pour les diplômés de la formation professionnelle pour l'acquisition de véhicules ateliers en vue de l'exercice des activités de plomberie, électricité bâtiment, chauffage, froid et climatisation, vitrerie, peinture bâtiment et mécanique automobile ;
- Un prêt de 500.000 DA sans intérêt destiné aux activités sédentaires afin de prendre en charge leur loyer ;
- Un prêt allant jusqu'à un million de dinars destiné aux diplômés de l'enseignement supérieur désireux de prendre en charge leurs loyer afin de créer des cabinets groupés (comptable, médecin, avocat, architecte...) ;
- Une bonification de taux d'intérêt bancaire de 100% ;
- Application du taux réduit de 5% des droits douanes pour les équipements importés ;
- Exemption du droit de mutation à titre onéreux sur les acquisitions immobilières effectuées dans le cadre de la création d'activités ;
- Exonération des droits d'enregistrement sur les actes constitutifs de la micro entreprise.

- **Durant la phase d'exploitation**

Durant cette phase, les avantages fiscaux accordés à la micro entreprise sont les suivants :

- Exonération de la taxe foncière sur les constructions et additions de constructions, pour une période de trois ans ou six ans pour les hauts plateaux et les zones spécifiques, et dix ans pour le Sud ;

⁸ Exploitation des documents remis par le dispositif ANSEJ de la wilaya de Tizi-Ouzou.

Chapitre 2 – Les déterminants de l'Entrepreneuriat en Algérie

- Exonération de la caution de bonne exécution pour les artisans de micro-entreprises lorsqu'ils interviennent dans la restauration des biens culturels.
- Exonération totale de l'impôt forfaitaire unique (IFU), à compter de la date de sa mise en exploitation, pour une période de trois ans à partir du démarrage de l'activité ou six ans pour les zones spécifiques et dix ans pour le Sud ;
- Prorogation de la durée d'exonération d'impôt de deux années lorsque le promoteur s'engage à recruter au moins trois employés pour une durée indéterminée.
- A la fin de la période d'exonération, la micro entreprise bénéficie d'un abattement fiscal de : 70% la première année, 50% la deuxième année, et 25% à la fin de la troisième année⁹.

I-1-7- Les étapes de création d'une entreprise avec l'ANSEJ

La création d'entreprise est un processus qui comporte plusieurs étapes que le jeune promoteur doit franchir avec l'accompagnement de l'ANSEJ¹⁰.

I-1-7-1- Formuler une idée de projet

Cette étape est primordiale, avant que le promoteur entame sa démarche au niveau de l'ANSEJ, il faut qu'il choisisse une bonne idée qui pourrait lui garantir la continuité de ces démarches au niveau de l'ANSEJ et la réussite de son projet. Bien évidemment, les sources de l'idée peuvent être diverses comme nous l'avons vu dans le chapitre précédent.

Cette étape assure au porteur de projet le premier contact avec son accompagnateur au niveau de l'ANSEJ, ce qui va lui permettre d'avoir plus d'informations sur la validation et la faisabilité de son projet, et de bénéficier de conseils et d'orientations.

I-1-7-2- L'inscription en ligne

L'inscription se fait en ligne à partir du site internet de l'ANSEJ. À ce stade le créateur doit remplir le formulaire d'inscription et l'accompagnateur est chargé de vérifier les informations et de valider l'inscription.

I-1-7-3- L'étude du projet

Le promoteur à cette étape doit étudier soigneusement son projet, cette étude se fait en élaborant un plan d'affaire avec l'aide de l'accompagnateur. Le plan d'affaire contient des informations sur le porteur de projet, les associés, la situation du marché, l'offre, les prix, la demande, et même la situation financière (un bilan et un TCR provisoires).

Après la validation de cette étape, le promoteur aura un rendez-vous pour passer son entretien individuel.

⁹ Exploitation des documents remis par le dispositif ANSEJ de la wilaya de Tizi-Ouzou, 2019.

¹⁰ Informations recueillies lors de notre stage pratique au niveau de l'ANSEJ, (septembre, octobre, novembre 2019).

I-1-7-4- L'examen du projet par le C.S.V.F

Lors de cette étape les promoteurs doivent présenter leurs projets devant le CSVF (Comité de sélection, de validation et de financement) est un comité qui examine les projets présentés par les jeunes promoteurs. Suite à la présentation, trois décisions peuvent être émises : la validation du projet dans ce cas le porteur de projet est appelé à continuer sa démarche, l'ajournement du projet et pour ce cas le promoteur a le droit à un autre passage et le refus comme dernière décision et là le porteur de projet peut faire un recours tout en prenant en considération les motifs de rejet.

I-1-7-5- Début de la démarche avec la banque

Si le projet est validé, les membres du comité acceptent d'accompagner le porteur de projet avec la désignation de la banque partenaire. L'accompagnateur est chargé de préparer un dossier bancaire qui sera traité encore une autre fois avant son dépôt au niveau de la banque pour accord.

I-1-7-6- La création juridique de l'entreprise

La réalisation du projet commence à cette étape. Après l'obtention de l'accord de la banque, le créateur est chargé d'établir les factures pro forma et de suivre soigneusement la démarche, verser son apport personnel, et il établit le statut juridique de son entreprise pour commencer son activité sans attendre l'acquisition du matériel.

I-1-7-7- La notification des aides et avantages

Suite à la création juridique de l'entreprise, l'accompagnateur établit les documents suivants :

- La décision d'octroi d'avantages liée à la phase réalisation (DOAR) ;
- Le cahier des charges ;
- La convention du PNR ;
- Le contrat d'adhésion au fond de garantie ;
- Les billets à ordre.

Le promoteur commence à bénéficier des avantages de la phase réalisation une fois il a effectué cette phase.

I-1-7-8- La formation du promoteur

L'ANSEJ se charge aussi de la formation du créateur d'entreprise (elle est obligatoire). Cette dernière joue un grand rôle dans le processus d'accompagnement. Le contenu de la formation est très simple et à la portée de tous les créateurs, ce qui leur permet d'acquérir les connaissances de bases nécessaires pour le démarrage de leur projet. Son contenu s'articule autour des notions suivantes : marketing, comptabilité, gestion...

I-1-7-9- Le financement officiel du projet et l'acquisition du matériel

A cette étape l'ANSEJ procède au financement du projet du promoteur (virement du prêt non rémunéré du compte de l'ANSEJ vers le compte du promoteur). Le projet est donc financé ce qui permet à l'entrepreneur d'acquérir les équipements et le matériel nécessaire pour le démarrage de son activité.

I-1-7-10- Entrée en exploitation de l'activité

C'est la phase qui intervient directement après l'acquisition des équipements, le promoteur démarre son activité, il doit compléter son dossier par les documents liés à la phase exploitation :

- La décision d'octroi d'avantage lié à la phase exploitation (DOAE);
- L'attestation d'affiliation (CNAS/CASNOS) ;
- L'avenant de subrogation de l'assurance...

Suite à cette étape, le promoteur aura le droit de bénéficier des avantages de la phase exploitation de son projet.

I-2- Le dispositif ANGEM (Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit)

I-2-1- Présentation de l'ANGEM

L'Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit, créée par le décret exécutif N°:04-14 du 22 janvier 2004 est placée sous la tutelle du Ministère de la Solidarité Nationale et de la famille. Il vise à lutter contre le chômage et la précarité en favorisant l'auto emploi, le travail à domicile et les activités artisanales. Le micro crédit vise l'intégration économique et sociale des populations ciblées à travers la création d'activités de production de biens et de services. Il est destiné aux femmes au foyer et aux citoyens sans revenus ou disposant de revenus instables et irréguliers. Les types de microcrédits accordés sont les suivants :

- Jusqu'à 40.000 DA sans intérêt pour le financement de matières premières : remboursement sur 24 mois avec 3 mois de différé ;
- De 40.000 à 100.000 DA sans intérêts pour l'acquisition et l'achat de matières premières sur présentation d'un devis quantitatif et estimatif ;
- Jusqu'à 1.000.000 DA sur la base d'un financement triangulaire ANGEM (29% sans intérêt), Banque (70% avec intérêts bonifiés à 80%), Promoteur (1%);

Il couvre les coûts liés à : l'acquisition de petits équipements, matériel et outillage, matériel roulant; les petits travaux d'aménagement de locaux ou de travaux agricoles; achat de marchandise pour les activités commerciales, fonds de roulement nécessaire au démarrage de l'activité; l'assurance; les frais préliminaires¹¹.

¹¹ Décret exécutif n° 04-14 du 22 Janvier 2004 portant création et fixant le statut de l'agence nationale de gestion du microcrédit.

Chapitre 2 – Les déterminants de l'Entrepreneuriat en Algérie

I-2-2- Missions et objectifs de L'ANGEM

- Les objectifs

- La stabilisation des populations rurales dans leurs zones d'origine par l'émergence d'activités économiques, culturelles, de production de biens et services, génératrices de ressources ;
- Le développement de l'esprit d'entreprise qui remplacerait l'assistanat, et aider ainsi à l'intégration sociale et à l'épanouissement individuel des personnes.

- Les missions

- Gérer le dispositif du microcrédit conformément à la législation et la réglementation en vigueur ;
- Soutenir, conseiller et accompagner les bénéficiaires du micro crédit dans la mise en œuvre de leurs activités ;
- Notifier aux bénéficiaires dont les projets sont éligibles au dispositif, les différentes aides qui leur sont accordées ;
- Assurer le suivi des activités réalisées par les bénéficiaires en veillant au respect des clauses des cahiers des charges qui les lient à l'agence ;
- Assister les bénéficiaires du micro crédit en cas de besoin auprès des institutions et organismes concernés par la mise en œuvre de leurs projets.

I-2-3- Le Fonds de Garantie Mutuelle des Micro Crédits (FGMMC)

En application de l'article 9 du décret présidentiel du 22 janvier 2004 relatif au dispositif du micro crédit, la couverture des risques découlant du non remboursement des crédits bancaires est assurée par le Fonds de Garantie Mutuelle des Micro Crédits (FGMMC). Ce fonds de garantie a été institué par le décret exécutif n°04-16 du 22 janvier 2004 ; il a pour objet de garantir les micros crédits accordés par les banques et les établissements financiers.

Ses ressources sont constituées de l'apport du Trésor Public des banques et des établissements financiers ainsi que de l'apport de l'ANGEM. «Les ressources du fonds sont alimentées également par les cotisations des promoteurs».

Le Fonds de Garantie est également subrogé dans les droits des banques et établissements financiers compte tenu des échéances remboursées. Sur le plan organisationnel, Le Fonds de Garantie est placé sous l'autorité de la Direction Générale de l'ANGEM, assistée d'un Secrétariat permanent qui est représenté au niveau de toutes les wilayas du pays.

Le Fonds de Garantie a engagé depuis 2005 des démarches en direction des promoteurs de l'ancien dispositif qui n'ont pas remboursé les crédits à la Banque Nationale d'Algérie (BNA).

Actuellement, le Fonds de Garantie a signé des conventions avec les banques publiques pour la garantie des crédits bancaires accordés aux nouveaux promoteurs. Le Fond Garantie et les banques ont mis en place les modalités et les procédures nécessaires de remboursement des sinistres couverts par la garantie.

I-2-4- Les modes de financement de l'ANGEM

L'ANGEM gère dans le cadre du micro crédit deux formes de financement allant du petit prêt de service (PNR financé par l'ANGEM avec un plafond de (100 000.00Da) jusqu'au prêt plus important (ne dépassant pas 1 000 000.00 Da) faisant appel à un montage financier avec une banque. Chaque formule de financement de par ses spécificités, permet de financer certaines activités et intéresse par la même une population particulière.

I-2-4-1- Le financement mixte (ANGEM-Promoteur)

Le prêt non rémunéré (PNR) tel que défini dans l'article 11 du décret exécutif n°04-15 du 22 janvier 2004, est octroyé au promoteur emprunteur au titre de l'achat de matière première. Ce prêt est accordé pour un petit projet de transformation, sur la base d'une étude techno-économique simplifiée et d'un justificatif de l'apport personnel (10% du coût global du projet, au minimum) le prêt non rémunéré pour l'achat de matière première est octroyé à hauteur de quatre-vingt-dix pourcent (90%) maximum. Le promoteur devra s'inscrire auprès de la Chambre de l'Artisanat. Les nouvelles mesures ont porté le prêt non rémunéré (PNR) pour l'achat de matière première à 100% du coût global du projet qui ne saurait dépasser 100.000DA.

I-2-4-2- Le financement triangulaire (Banque-ANGEM-Promoteur)

Conformément aux articles 3, 11 et 12 du décret n°04-15 du 22 janvier 2004, ce financement concerne les projets dont le montant est supérieur à quatre cents mille dinars (400.000 DA).

Il est structuré comme suit :

- L'apport personnel est de cinq pourcent (5%) minimum ;
- Le prêt non rémunéré (PNR) est de vingt-cinq pourcent (25%) maximum ;
- Le crédit à moyen terme (CMT) est de soixante-dix pourcent (70%) maximum.

Si le projet est situé dans une zone spécifique (Sud et Hauts plateaux) ou que le promoteur est détenteur d'un diplôme ou d'un titre équivalent reconnu, le taux de participation au montage financier des partenaires aux financements est le suivant :

- L'apport personnel est de trois pourcent (3%) ;
- Le prêt non rémunéré (PNR) est vingt-sept pourcent (27%) maximum ;
- Le crédit à moyen terme (CMT) est de soixante-dix pourcent (70%) maximum.

Pour ce type de financement (financement triangulaire), le coût du projet ne saurait dépasser 1.000.000 DA, l'apport personnel est 1%, le crédit bancaire représente (70%) et le prêt non rémunéré (PNR) représente 29%, l'intérêt est de 5% à 20% du taux commercial.

I-2-5- Les mesures fiscales de soutien accordées par l'ANGEM

Les aides accordées par l'ANGEM sont accompagnées de :

- Une exonération de l'IRG pendant 5 ans (10 ans pour l'activité d'artisanat traditionnel) ;
- D'une exonération de la taxe sur l'activité professionnelle (TAP) pendant 3 ans.

I-2-6- Les conditions d'éligibilité au dispositif de soutien de l'ANGEM

- Etre âgé de 18 ans et plus et capable d'exercer une activité ;
- Etre sans revenus ou ne disposer que de revenus faibles, instables et irréguliers ;
- Avoir une résidence fixe ;
- Posséder un savoir-faire ou une qualification avérée en relation avec l'activité projetée ;
- S'agissant d'une création d'activité de production de biens et services il faut en outre: ne pas avoir bénéficié d'une autre aide à la création d'activités ;
- Mobiliser un apport personnel égal à 1% du coût global du projet ;
- Verser les cotisations au Fonds de garantie mutuelle des microcrédits (0,5% du crédit bancaire).

Pour le choix des créneaux à investir, la cellule d'accompagnement de l'ANGEM située au niveau de chaque daïra, dispose d'une base de données lui permettant de conseiller le promoteur sur les opportunités d'activité ou sur les secteurs saturés.

I-3- Le dispositif CNAC (Caisse Nationale d'Assurance Chômage)

I-3-1- Présentation de la CNAC

La Caisse Nationale d'Assurance Chômage est un dispositif de soutien à la création et l'extension d'activités qui a été créée en juillet 1994, en tant qu'institution publique à caractère administratif. Elle est réservée aux chômeurs promoteurs âgés de 30 à 50 ans, ayant perdu leur emploi et inscrits à l'Agence Nationale de l'Emploi (ANEM) depuis au moins un mois. Le coût global de l'investissement maximal est de 10 millions de dinars. L'apport personnel du promoteur et la procédure de financement est la même que celle de l'ANSEJ.

I-3-2- Les missions de la CNAC

I-3-2-1- L'indemnisation du chômage

A partir de 1994, la CNAC met en application le régime juridique d'indemnisation du chômage au profit des travailleurs salariés ayant perdu involontairement leur emploi pour des motifs économiques.

Dès sa création la CNAC a pour mission principale l'indemnisation des chômeurs, elle a reçu 201.505 travailleurs licenciés dont 189.830 d'une allocation-chômage, soit 94% du total des allocataires admis ont épuisés leurs droits à la fin 2006.

Les allocataires en situation de suspension de leurs droits, c'est-à-dire les allocataires ayant retrouvé un emploi en CDD ou maintenu dans les entreprises en voie de liquidation, sont au nombre de 5275.

La plus grande partie des entrées à l'assurance chômage s'étant produite entre 1996 et 1999, période de mise en œuvre intensive des mesures prises par le PAS, une tendance à la baisse des effectifs des chômeurs inscrits à la CNAC s'est amorcée depuis.

I-3-2-2- Les mesures actives

A partir de 1998 et jusqu'en 2004, la CNAC a mis en œuvre les mesures actives destinées à la réinsertion des chômeurs allocataires :

- L'aide à la recherche d'emploi
- Et l'aide au travail indépendant

Elles sont assurées par un personnel spécialement recruté et formé par «les conseillers animateurs» dans des centres dotés d'infrastructures et d'équipements destinés à cette fin. C'est ainsi que les résultats suivants ont été enregistrés :

- 11.583 chômeurs ont été formés par les conseillers animateurs aux techniques de recherche d'emploi ;
- 2.311 chômeurs ont été accompagnés dans la création de leur micro-entreprise ;
- 12.780 chômeurs ont suivi, à partir de 1998, des formations leur permettant d'acquérir de nouvelles qualifications en vue d'accroître leurs chances de réinsertion dans la vie professionnelle.

Depuis 2004, en présence de faibles entrées à l'assurance chômage, l'activité de formation reconversion est en voie d'être réorientée vers les besoins des chômeurs-promoteurs et les entreprises qui s'inscrivent dans les mesures de promotion de l'emploi.

Il faut un titre introduisant les points suivants :

- L'aide à la création d'activité pour les chômeurs promoteurs âgés de 35 à 50ans :

Dans le cadre du plan de soutien à la croissance économique (PSCE), la CNAC s'est employée, à partir de 2004, en priorité, à la mise en œuvre du dispositif de soutien à la création d'activité par les chômeurs promoteurs âgés de 35 à 50 ans et ce jusqu'à Juin 2010.

- Le dispositif de soutien à la création et à l'extension d'activités pour les chômeurs promoteurs âgés de 30 à 50 ans :

Dès 2010, de nouvelles dispositions ont permis à la population âgée de 30 à 50 ans d'accéder à ce dispositif offrant plusieurs avantages dont le montant global du seuil d'investissement est porté à 10 millions de DA (au lieu de 5 millions de DA). Les promoteurs qui ont déjà leur activité peuvent augmenter leurs capacités de production de biens et de services¹².

I-3-3- Les avantages fiscaux et financiers accordés par la CNAC

Deux catégories d'avantages sont accordées:

I-3-3-1- Avantages financiers

- La bonification du taux d'intérêt bancaire;
- Le prêt non rémunéré de la CNAC;

¹² Exploitation des documents remis par la CNAC de Tizi-Ouzou, (2019).

I-3-3-2- Avantages fiscaux

- Dans la phase de réalisation :
 - Exemption du droit de mutation à titre onéreux pour les acquisitions immobilières effectuées dans le cadre de la création d'une activité industrielle ;
 - Exemption des droits d'enregistrement des actes constitutifs de sociétés ;
 - Franchise de TVA pour les acquisitions de biens d'équipement et services entrant directement dans la réalisation de l'investissement ;
 - Application du taux réduit de 5% en matière de droits de douane pour les équipements importés en entrant directement dans la réalisation de l'investissement.

- Dans la phase d'exploitation

Pour une période de 3 ans, à compter de l'exercice au cours duquel a débuté l'activité, le chômeur promoteur bénéficie des avantages suivants :

- Exonération de la taxe sur l'activité professionnelle (TAP) ;
- Exonération de l'impôt sur le revenu global (IRG) ou l'impôt sur les bénéfices des sociétés (IBS) ;
- Exonération de la taxe sur les propriétés bâties.

I-3-4- Les nouvelles mesures d'application des décisions du conseil des ministres

I-3-4-1- Abaissement du niveau des fonds propres

- 1% du montant global de l'investissement lorsque celui-ci est inférieur ou égal à 5 millions de dinars ;
- 2% du montant global de l'investissement lorsque celui-ci est supérieur à 5 millions de dinars et inférieur à 10 millions de dinars.

I-3-4-2- Augmentation du niveau du prêt non rémunéré (PNR)

- 29% du montant global de l'investissement lorsque celui-ci est supérieur à 5 millions de dinars ;
- 28% du montant global de l'investissement lorsque celui-ci est supérieur à 5 millions de dinars et inférieur à 10 millions de dinars.

I-3-4-3- Octroi d'un PNR supplémentaire « véhicule atelier »

- Montant du PNR : cinq cent mille dinars (500.000DA) ;
- Bénéficiaires : destinés aux chômeurs promoteurs du système de formation professionnelle, plomberie, électricité bâtiment, chauffage, climatisation, peinture bâtiment, vitrerie et mécanique automobile.

Ce PNR supplémentaire est accordé exclusivement en phase de création, lorsque le chômeur promoteur sollicite un financement bancaire.

I-3-4-4- Octroi d'un PNR supplémentaire « location »

- Montant du PNR : 500.000DA ;
- Objet du PNR : pour la location d'un local destiné à abriter l'exercice sédentaire et n'ayant pas opté pour le PNR « véhicule atelier » et le PNR « cabinet groupé ».

Chapitre 2 – Les déterminants de l'Entrepreneuriat en Algérie

I-3-4-5- Octroi d'un PNR supplémentaire « cabinet groupé »

- Montant du PNR : jusqu'à 1 million de dinars ;
- Bénéficiaires : destinés aux chômeurs promoteurs diplômés, universitaires, dans le domaine : médical ; auxiliaire de justice ; d'expertise comptable ; de commissariats aux comptes ; de commissariats aux rapports ; de bureaux d'étude et de suivi relevant des secteurs du bâtiment, des travaux publics et de l'hydraulique.
- Objet du PNR : pour la location d'un local destiné à servir de cabinet médical, d'architecte, d'avocat ou autre.

I-3-4-6-L'élargissement de la bonification du taux d'intérêt bancaire

En mesure des bonifications déjà accordées :

- 80% du taux débiteur appliqué par les banques au titre des investissements, en création ou en extension, réalisé dans les secteurs bâtiments, des travaux publics et de l'industrie de transformation ;
- Ce taux est porté à 95% lorsque ces investissements sont situés dans les wilayas des Hauts Plateaux et du Sud ;
- 60% du taux débiteur appliqué par les banques au titre des investissements, en création ou en extension, réalisés dans tous les autres secteurs d'activités ;
- Ce taux est porté à 80% lorsque ces investissements sont situés dans les wilayas des Hauts Plateaux et du Sud.

I-3-4-7-Extension des périodes de différé du remboursement des crédits bancaires et des intérêts

Cette mesure est destinée aux promoteurs sollicitant un financement bancaire en création et en extension de leurs activités.

- Différé de trois années du remboursement du principal du crédit bancaire ;
- Différé d'une année du paiement des intérêts du crédit bancaire ;
- La durée du remboursement du crédit bancaire ne saurait être inférieure à 8 ans dont 3 ans de différé ;
- S'agissant des risques liés aux crédits d'investissement, un fonds de garantie accompagne les banques partenaires et couvre les créances restant dues en principal et les intérêts à hauteur de 70%.

I-3-4-8-Réservation d'un minimum de 20% de la commande publique locale aux micro-entreprises

Cette mesure est destinée aux promoteurs soumissionnant pour une commande publique locale.

I-3-4-9-Fiscalisation progressive

- Intégration d'une période de 3 ans durant laquelle la micro entreprise évoluera graduellement vers une fiscalisation totale à l'issue de la période d'exonération ;
- Date d'effet : date de promulgation de la loi de finance complémentaire pour 2011.

I-3-5- Les conditions d'éligibilité aux dispositifs de soutien de la CNAC

- Etre âgé de trente (30) à cinquante (50) ans ;
- Résider en Algérie ;
- Ne pas occuper un emploi rémunéré au moment de l'introduction de la demande d'aide ;
- Etre inscrit auprès des services de l'Agence Nationale de l'Emploi (ANEM) depuis au moins un mois comme demandeur d'emploi, ou être allocataire de la Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC) ;
- Avoir une qualification professionnelle et/ou posséder un savoir-faire en rapport avec l'activité projetée ;
- Pouvoir mobiliser des capacités financières suffisantes pour participer au financement du projet ;
- Ne pas exercer une activité pour son propre compte depuis au moins douze mois ;
- Ne pas bénéficier d'une mesure d'aide au titre de la création d'activités ;
- Le montant maximum des investissements prévu par ce dispositif est de dix (10) millions de dinars¹³.

I-4- Le dispositif ANDI (Agence Nationale de Développement de l'investissement)

I-4-1- Présentation de l'ANDI

Créée dans le cadre des réformes engagées en Algérie durant les années 1990, à partir de 2001 l'ANDI est venue pour remplacer l'APSI (Agence de Promotion, de Soutien et de Suivi de l'Investissement) qui fut créée en 1993. L'ANDI s'est vue confier les missions de facilitation, de promotion et d'accompagnement de l'investissement.

I-4-2- Les missions de l'ANDI

L'ANDI accomplit les missions suivantes :

- Assurer la promotion, le développement et le suivi des investissements ;
- Accueillir, informer et assister les investisseurs résidents et non résidents ;
- Fournir les prestations administratives à travers un guichet unique ;
- L'octroi des avantages liés à l'investissement dans le cadre du système existant ;
- Gérer le Fond d'Appui à l'Investissement ;
- Assurer le respect des engagements pris par les investisseurs au cours de la période d'exemption.

¹³ Prospectus CNAC «chômeurs âgés de 30 à 50ans prenez votre destin en main avec l'aide de la CNAC et entrez le monde de travail et création d'activité et d'entreprise».

Chapitre 2 – Les déterminants de l'Entrepreneuriat en Algérie

I-4-3- Les avantages fiscaux et financiers accordés par l'ANDI

L'ANDI est conçue pour octroyer des avantages fiscaux à ses promoteurs. Elle englobe deux régimes d'octroi d'avantages, à savoir :

- Un régime général applicable aux investissements courants réalisés en dehors des zones à promouvoir;
- Un régime dérogatoire applicable aux investissements courants réalisés dans les zones à promouvoir et /ou présentant un intérêt particulier à l'Etat.

Ces investissements vont bénéficier aussi de :

- L'exonération des droits de douanes pour les équipements,
- La franchise de la TVA,
- L'exemption des droits de mutation à titre onéreux pour toutes acquisitions immobilières effectuées dans le cadre de l'investissement concerné,
- L'affranchissement de l'impôt sur le bénéfice des sociétés (IBS),
- L'exonération de taxe sur l'activité professionnelle (TAP) pendant trois ans.

Plus aux exonérations fiscales, ces investissements bénéficient d'une bonification des taux d'intérêts bancaires sur les équipements.

I-4-4- Les organismes complémentaires à l'ANDI

L'Agence Nationale du Développement de l'Investissement à un groupe d'organismes qui l'accompagne dans la réalisation de ses tâches, à savoir:

I-4-4-1- Le Conseil National de l'Investissement (CNI): il est placé sous l'autorité du Premier Ministre, chargé de proposer la stratégie et les priorités pour le développement des investissements ainsi que l'identification des avantages et des formes d'assistance pour ces derniers ;

I-4-4-2- Le Guichet Unique: Il est créé au sein de l'ANDI un guichet unique regroupant les administrations et organismes concernés par l'investissement. Il a pour mission la vérification de la réalisation des facilités de procédures et des formalités pour la création des entreprises et la réalisation des projets d'investissement à travers l'entretien des relations permanentes avec les organismes concernés : la Direction des impôts, la Direction de l'Emploi, Département du Trésor, les municipalités concernées...

I-4-4-3- Fond d'Appui à l'Investissement: il est destiné à financer la prise en charge la contribution de l'Etat dans le coût des avantages octroyés aux entreprises et de la couverture partielle ou intégrale des travaux d'infrastructures de ces dernières¹⁴.

L'ANDI véhicule une nouvelle vision de l'Etat vis-à-vis des grands capitaux nationaux et internationaux. Ce dispositif vise à stimuler l'industrie et s'inscrit dans la logique d'attractivité du territoire, car il fait appel à des investissements nationaux et étrangers, (R.AKNINE et Y.FERFRA).

¹⁴ SEKIOU.A, BOUHALA.A, BOUZIDI.N, 2017. Entrepreneuriat En Algérie Réalité et Perspective. JFBE.

II- L'avènement de la Maison de L'Entrepreneuriat : « Le partenariat entre l'ANSEJ et l'université »

II-1- Choix du concept « Maison »

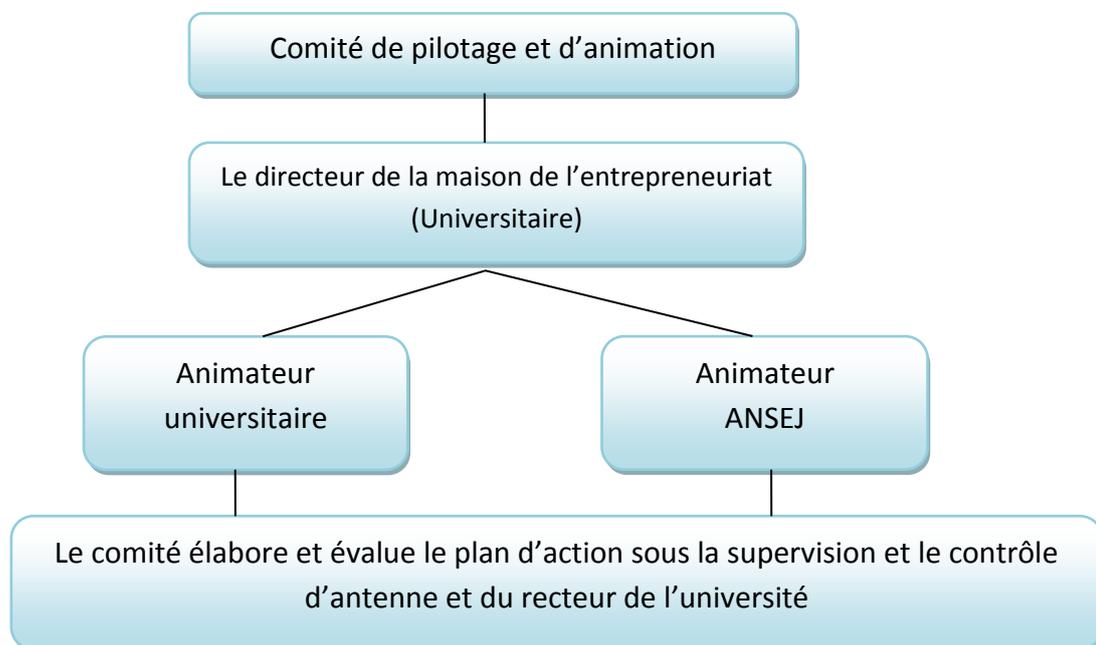
Le concept « Maison » a été choisi pour se démarquer de celui du « Centre » ou d' « Institut » qui renvoient à des structures académiques et d'enseignement traditionnel. Le mot « Maison » évoque l'idée d'une cellule et d'une structure conviviale, accueillante, communautaire, solidaire et productrice d'une valeur et d'une culture.

II-2- Définition de la Maison de l'Entrepreneuriat

La Maison de l'Entrepreneuriat est un dispositif installé au niveau de plusieurs établissements universitaires, qui a été généralisé en Algérie à partir de 2014. La première Maison de l'Entrepreneuriat a été créée en 2007, à l'université de Constantine, après le lancement de la licence professionnelle sur l'entrepreneuriat en 2006. La Maison de l'Entrepreneuriat est un outil fondamental sur lequel s'appuie l'ANSEJ et qui rentre dans le cadre de la mise en œuvre de la convention ANSEJ-Université.

II-3- Organisation de la Maison de l'Entrepreneuriat

Figure 04 : Organisation de la Maison de l'Entrepreneuriat



Source : document remis par la Maison de l'Entrepreneuriat de l'UMMTO

II-4- Missions et objectifs de la Maison de l'Entrepreneuriat

La Maison de l'Entrepreneuriat est un organisme qui vise la promotion de l'esprit d'entreprendre dans le milieu universitaire, elle est la structure la plus adéquate et la plus proche des étudiants. Son but c'est de susciter leurs intérêts à la création d'entreprise, ses missions et objectifs principaux sont les suivants :

- Sensibiliser les étudiants à l'entrepreneuriat ;
- Développer la culture entrepreneuriale dans l'enseignement supérieur ;
- Encourager l'esprit d'entreprendre dans le milieu universitaire ;
- Assurer l'émergence de nouvelles vocations d'entrepreneurs ;
- Accompagner et former les étudiants porteurs de projets ;

II-5- La maison de l'entrepreneuriat comme structure d'accompagnement au sein de l'université

L'intégration de l'entrepreneuriat au sein de l'université se fait par le biais de la « Maison d'entrepreneuriat », c'est une structure d'accompagnement dont les principales fonctions sont la sensibilisation et la formation des étudiants porteurs d'idées.

II-5-1- Mode de fonctionnement de la Maison de l'Entrepreneuriat

Les Maisons de l'Entrepreneuriat se situent généralement au sein des universités, elles sont dotées de plusieurs animateurs (des enseignants de l'université et des formateurs de l'ANSEJ), concernant les animateurs de l'ANSEJ ils sont choisis par le directeur. Ils doivent effectuer une formation de deux ans assurée par des maîtres formateurs qui sont certifiés par le Bureau International du Travail avant de devenir des formateurs au niveau de la MDE.

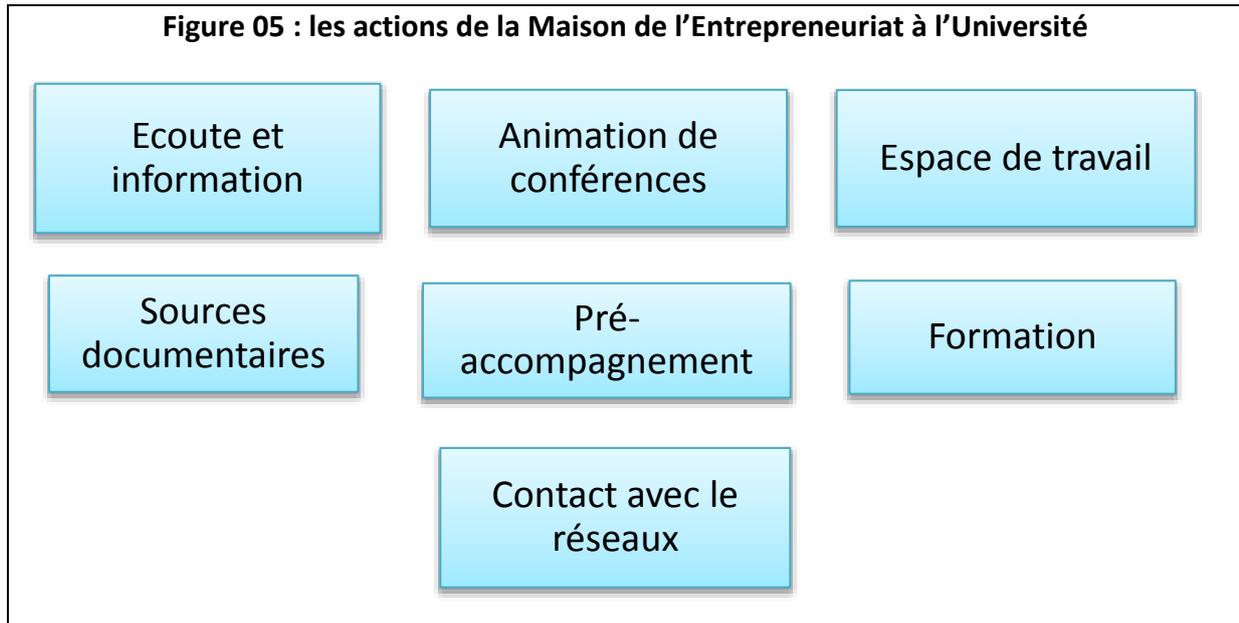
La MDE met en œuvre un programme d'action varié.

Pour sensibiliser les étudiants, la MDE :

- Elle organise des journées d'information et de sensibilisation ;
- Elle organise des colloques et des séminaires portant sur l'entrepreneuriat ;
- Elle organise et anime des tables rondes sur des thèmes spécifiques ;
- Elle participe aux universités d'été ;
- Elle organise des conférences-débats...

Chapitre 2 – Les déterminants de l'Entrepreneuriat en Algérie

- Les actions de la MDE en intra (à l'université)



Source : Document remis par la Maison de l'Entrepreneuriat de l'UMMTO

- Les actions de la MDE en extra (à l'extérieur de l'université)



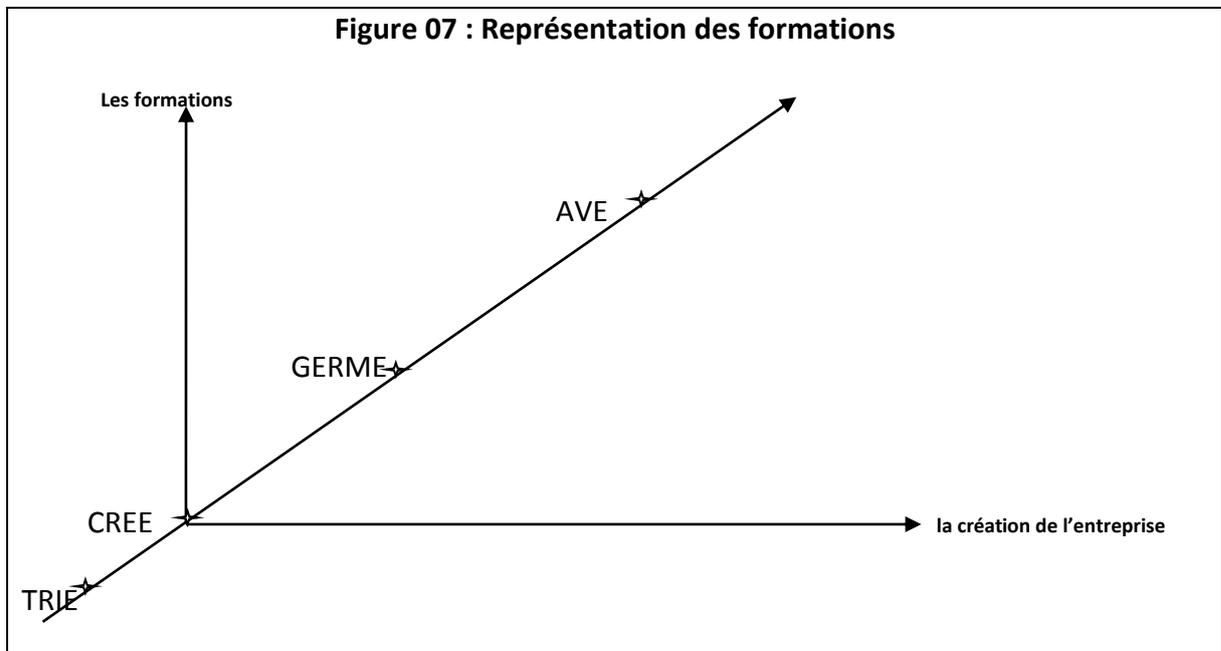
Source : Document remis par la Maison de l'Entrepreneuriat de l'UMMTO

Chapitre 2 – Les déterminants de l'Entrepreneuriat en Algérie

Dans le cadre de la formation, la maison de l'entrepreneuriat propose un programme qui est constitué de quatre formations : la formation TRIE (trier la bonne idée d'entreprise), la formation CREE (créer votre entreprise), la formation GERME (gérer mieux votre entreprise), la formation AVE (agrandissez votre entreprise). Chacune de ces formations a un but bien précis :

- La formation TRIE : elle cible les étudiants désireux de lancer une entreprise. Son but est d'aider les étudiants à trouver la meilleure idée d'entreprise, passant par les connaissances de base sur l'entrepreneuriat et la création d'entreprise, pour que les étudiants arrivent à choisir des idées de création vers la fin de la formation.
- La formation CREE : elle cible précisément les étudiants qui veulent créer leurs entreprises (les entrepreneurs potentiels), et cela en testant leur qualité entrepreneuriale, en leur montrant les techniques de création d'entreprise et comment établir un plan d'affaire.
- La formation GERME : elle cible les entrepreneurs en activité, cette formation permet aux entrepreneurs d'apprendre comment gérer mieux leurs entreprises, elle leur permet aussi de proposer les problèmes qu'ils rencontrent essayer de trouver des solutions.
- La formation AVE : elle cible les PME à fort potentiel, au cours de la formation les entrepreneurs auront l'occasion d'apprendre comment agrandir leurs entreprises.

Représentation de l'enchaînement des formations



Source : Formation au niveau de la Maison de l'Entrepreneuriat de l'UMMTO

Chapitre 2 – Les déterminants de l'Entrepreneuriat en Algérie

II-5-2- Les conditions de participation aux formations de la maison de l'entrepreneuriat et leur déroulement

- Toute personne qui participe à la formation doit être étudiante au moment de la formation ;
- Les étudiants sont appelés à s'inscrire pour qu'ils puissent passer un entretien, afin de voir s'ils sont réellement motivés par la création d'entreprise ;
- Après la passation de l'entretien, les étudiants qui sont aptes pour la formation seront programmés selon des groupes de 12 à 20 étudiants.

II-6- Les efforts fournis par la maison de l'entrepreneuriat vis-à-vis des difficultés rencontrées

La Maison de l'Entrepreneuriat est une structure interne de l'université qui participe à l'intégration de l'entrepreneuriat, elle a été mise en place tardivement à l'Université Mouloud MAMMERI de Tizi-Ouzou en 2014, et ce n'est qu'en 2017 qu'elle a commencé à fonctionner.

Nous tenons à présenter un tableau qui nous montre comment s'est déroulé le programme de la MDE pour les trois années (2017, 2018, 2019).

Tableau 02 : les données de la Maison de l'Entrepreneuriat

Années	Nombre d'inscrits	Entretiens réalisés	Type de formation	Nombre de sessions	Nombre de participants
2017	1000	119	Formation TRIE	5	69
2018	411	228	Formation TRIE	11	173
			Formation CREE	1	13
2019	44	53	Formation TRIE	4	43
Totaux	1455	400		21	298

Source : Maison de l'Entrepreneuriat, UMMTO

Chapitre 2 – Les déterminants de l'Entrepreneuriat en Algérie

Commentaire

L'année 2017 se caractérise par l'organisation d'un grand nombre de journées d'informations, et ce dans toutes les campus de Tizi-Ouzou (HASNAOUA, BASTOS, BOUKHALFA, TAMDA). L'effort fournis par la MDE durant la première année a eu des répercussions positives, ce qui explique le grand nombre des étudiants inscrits au cours de la même année (1000 étudiants), le même nombre a été appelé pour passer l'entretien. Par contre nous remarquons une diminution progressive du nombre d'entretiens réalisés par rapport au nombre d'inscrits (119 étudiants). Le nombre des participants à la formation est de 69 étudiants seulement.

Ce que nous venons de voir peut s'expliquer par :

- Le manque d'intérêt des étudiants, malgré l'effort fourni par la Maison de l'Entrepreneuriat ;
- L'intensité des campagnes de sensibilisation ;
- La qualité de la stratégie de sensibilisation ;
- La qualité de stratégie de communication ;
- La modalité d'organisation.

Pour l'année 2018, nous pouvons fournir la même explication que l'année 2017 avec une baisse remarquable de nombres d'inscrits. Par contre une hausse de nombre des entretiens réalisés et de nombre des participants à la formation.

Le nombre d'étudiants se réduit aussi d'une formation à une autre, une seule formation CREE a été organisée en 2018 avec 13 étudiants.

Pour l'année 2019, nous remarquons une baisse intensive sur le nombre des inscrits, sur le nombre d'entretiens réalisée et sur le nombre des participants à la formation. Cela peut s'expliquer par le manque des formations et la sensibilisation au milieu des étudiants, l'instabilité de l'université (marches, grèves...) et le manque des moyens au niveau de la Maison de l'Entrepreneuriat.

Conclusion

Le grand échec de la stratégie algérienne pendant la première période (de 1966 jusqu'à 1986) a conduit à la création d'une économie dépendante des hydrocarbures. Un seul produit détermine tous les paramètres économiques d'un pays, ce qui a toujours empêché l'Algérie de construire une économie puissante. Bien évidemment, de nombreux facteurs internes et externes ont joué un rôle déterminant dans cette rupture.

La deuxième période (de 1986 jusqu'à nos jours) a connu de nombreux changements sur tous les plans. Face à la situation du pays les pouvoirs publics algériens ont tenté d'orienter leurs actions en faveur du développer l'entrepreneuriat privé. La création d'entreprises est un moyen permettant à la fois la création de la valeur ajoutée et l'absorption du chômage notamment celui des jeunes. La volonté de l'Etat s'est manifestée par la mise en place de divers dispositifs de soutien à la création d'entreprise.

La deuxième section de ce chapitre, nous montre que les dispositifs de soutien à l'entrepreneuriat et la création d'entreprises offrent aux entrepreneurs les différentes formules de financement, des aides financières et des avantages fiscaux. En plus, de ces aides et avantages, les promoteurs bénéficient d'un accompagnement durant tout le processus de mise en œuvre de leurs projets d'investissement.

Introduction

Après avoir présenté le cadre théorique du champ de l'entrepreneuriat, en mettant l'accent sur l'entrepreneur, nous allons nous intéresser dans ce chapitre à une catégorie d'entrepreneurs, les diplômés de l'enseignement supérieur, qui ont décidé de choisir l'entrepreneuriat comme une possibilité de carrière. A travers une enquête, nous avons tenté de découvrir les facteurs exogènes et endogènes qui incitent et/ou qui empêchent les diplômés de l'enseignement supérieur d'avancer dans leur acte d'entreprendre.

Dans un premier temps, nous allons présenter la démarche méthodologique employée dans l'étude de terrain : description du processus de l'enquête, processus de l'échantillonnage, présentation des instruments de l'enquête, déroulement de l'enquête de terrain, contraintes rencontrées et détermination des procédures d'analyse.

Dans un second temps, nous allons procéder à l'analyse et la discussion des résultats de notre enquête de terrain.

Section 1 - Méthodologie et organisation de la recherche

La présente section sera consacré à exposer le cadre méthodologique de notre enquête de terrain et l'organisation de la recherche.

I- Description du processus de l'enquête

Notre mémoire traite de la problématique de l'insertion des diplômés universitaires par l'entrepreneuriat. Une investigation de terrain a été nécessaire.

En premier lieu nous avons effectué un stage pratique de trois mois au niveau de l'organisme ANSEJ, dans le but de recueillir l'information nécessaire. Par la suite, nous avons fait appel aux autres organismes ANGEM et CNAC pour obtenir l'information statistique concernant les diplômés de l'enseignement supérieur avec leur classification selon : sexe, année de création, secteur d'activité. Enfin nous avons mené une enquête par questionnaire auprès d'un échantillon d'entrepreneurs sortis de l'université et d'étudiants ayant l'intention de créer une micro-entreprise. En plus de l'enquête par questionnaire auprès de notre échantillon (entrepreneurs et entrepreneurs potentiels), nous avons réalisé des entretiens afin d'améliorer notre analyse.

I-1- Présentation de la population mère

La population est l'ensemble des unités (personnes ou objets) auxquelles nous allons nous intéresser¹.

Notre choix de la population enquêtée repose sur certains critères. Ce sont des entrepreneurs ou par fois des entrepreneurs potentiels diplômés de l'enseignement supérieur (de l'université de Tizi-Ouzou), qui ont créé leur entreprise ou qui envisagent de la créer, en sollicitant ou non l'un des dispositifs de soutien à la création d'entreprise (nous avons sollicité des entrepreneurs bénéficiaires de l'aide des organismes de soutien à la création d'entreprise, et des entrepreneurs qui ont réalisé leur création avec leurs propres moyens).

I-2- Présentation de l'environnement de l'enquête

Les entrepreneurs avec lesquels nous avons travaillé sont tous des diplômés de l'université de Tizi-Ouzou, le milieu de notre enquête est donc limité. La grande majorité des entreprises que nous avons ciblées se situent dans la commune de Tizi-Ouzou ; les rencontres avec les entrepreneurs ont été effectuées au niveau des entreprises ou parfois au sein de l'université surtout lorsqu'il s'agit des entrepreneurs qui sont en même temps étudiants.

I-3- L'objet de l'enquête

Le nombre des jeunes diplômés est en accroissement, la capacité de recrutement dans le secteur public est très limitée, le secteur privé est incapable d'offrir un emploi à des

¹ Pierre MONGEAU, Réaliser son mémoire ou sa thèse ; 2008 ; Presses de l'Université du Québec.

promotions annuelles qui constituent des milliers d'étudiants, les diplômés de l'enseignement supérieur sont touchés de plus en plus par le chômage.

A ce stade, la question de l'insertion des diplômés de l'enseignement supérieur et leur entrée dans l'auto-emploi, semble être une des solutions pour résoudre le problème du chômage des diplômés.

Notre enquête vise à comprendre :

- Les facteurs qui influent sur la décision d'entreprendre des diplômés de l'enseignement supérieur,
- Les facteurs qui favorisent la détection de l'opportunité,
- Les caractéristiques et les motivations des entrepreneurs,
- Le processus de création de l'entreprise.

II- Le processus de l'échantillonnage

L'échantillonnage représente les unités qui seront observées dans notre étude de terrain². Il est donc une procédure de compromis, l'idéal demeure l'accès à l'ensemble de la population, mais cet idéal est généralement inaccessible. En conséquence, on utilise un échantillon dont la qualité première sera d'être représentatif de la population³.

II-1- Le choix de l'échantillon d'étude

L'échantillon est une fraction de la population qui est réellement observée⁴.

Le choix de notre échantillon d'étude a été effectué selon les critères suivants :

- L'âge (entre 19 et 40 ans) ;
- Le niveau d'étude (toutes spécialités confondues à condition que l'enquêté soit diplômé de l'enseignement supérieur ou en cours de la formation universitaire à l'UMMTO) ;
- La dimension géographique (la wilaya de Tizi-Ouzou).

II-2- Constitution de l'échantillon

Dans le cadre de notre enquête, l'échantillon retenu est composé des diplômés de l'enseignement supérieur qui ont choisi l'entrepreneuriat comme choix de carrière professionnelle. Sa taille est de cent vingt diplômés (quatre-vingt (80) entrepreneurs et quarante (40) entrepreneurs potentiels).

III- Les instruments de l'enquête : questionnaire et entretien

Après avoir présenté l'échantillon choisi pour colliger nos informations, nous allons décrire l'outil de collecte de données. On appelle instrument de recherche le support, l'intermédiaire particulier dont se sert le chercheur pour recueillir les données qu'il doit soumettre à l'analyse.

² Pierre MONGEAU, Réaliser son mémoire ou sa thèse ; 2008 ; Presses de l'Université du Québec.

³ Pierre MONGEAU, Réaliser son mémoire ou sa thèse ; 2008 ; Presses de l'Université du Québec.

⁴ Pierre MONGEAU, Réaliser son mémoire ou sa thèse ; 2008 ; Presses de l'Université du Québec.

Dans le but de répondre à notre problématique de recherche, nous avons opté dans un premier temps pour l'enquête par questionnaire, c'est la méthode la plus appropriée comme l'indiquent BEAUD et WEBER, 1998, le questionnaire consiste à «poser à un ensemble de répondants, le plus souvent représentatif d'une population, une série de questions relatives à leur situation sociale, professionnelle ou familiale, à leurs opinions, à leur attitude à l'égard d'options ou d'enjeux humains et sociaux, à leurs attentes, à leur niveau de connaissances ou de conscience d'un événement ou d'un problème, ou encore sur tout autre point qui intéresse les chercheurs»⁵.

Un questionnaire peut prendre la forme d'une série de questions partielles (qui appellent des informations) posées lors d'un d'entretien en face à face, ou la forme d'un document écrit invitant les personnes à répondre à une série de questions totales. Ce document peut ensuite être distribué selon différentes modalités : papier, courriel, page Web, etc.

Dans un second temps nous avons utilisé l'entretien, un moyen complémentaire pour approfondir l'analyse et l'interprétation des données.

L'entretien est la technique la plus riche, la plus coûteuse en temps et en énergie lors de la collecte, de la transcription et du codage.

On distingue :

- Entretien dirigé : les questions et l'ordre de leur apparition sont planifiés ; (directif)
- Entretien non dirigé : ni les questions, ni l'ordre de leur apparition ne sont prévus ; (non-directif)
- Entretien semi-dirigé : où certaines questions sont planifiées, mais où la personne interrogée est libre d'aborder d'autres aspects du sujet dans l'ordre qui lui convient (semi-directif)

III-1- Le taux de réponses au questionnaire

Malgré les difficultés rencontrées, nous remarquons que le taux de retour des questionnaires est élevé. En effet, sur les 120 questionnaires distribués, 90 ont été récupérés et exploités, soit 75% des questionnaires. Un petit pourcentage a été éliminé et non exploité pour la non fiabilité des réponses.

Tableau 03: Nombre d'entrepreneurs de l'échantillon

Nombre de questionnaire	Nombre d'entrepreneurs (entreprises)	Nombre d'entrepreneurs potentiels	Taux (%)
Récupéré et exploité	60	30	75%
Non récupéré	10	6	13%
Récupéré et non	10	4	12%

⁵BEAUD.S, WEBER.F, 1998. Guide de l'enquête de terrain, Editions la Découverte, P 26. Cité par HAMOUR, CH. (2019). Entrepreneuriat des diplômés universitaires dans le cadre du dispositif ANSEJ. Mémoire Magister en Sciences de Gestion, UMMTO, 2019;

Chapitre 3 - La création d'entreprise par les diplômés-Cas de l'Université Mouloud MAMMERI de Tizi-Ouzou

exploité			
Distribué	80	40	100%

Source : Réalisé par nos soins.

III-2- La structuration du questionnaire

Notre questionnaire contient une partie introductive, où nous avons présenté l'objet de notre enquête, l'université et le département.

Il est composé de trois parties,

-La première est consacrée aux renseignements sur l'entrepreneur ou l'étudiant et sa formation universitaire (à travers quelques items nous allons tenter de recueillir des informations sur: le nom, le prénom, le sexe, le diplômes requis, les formations sur l'entrepreneuriat en dehors ou à l'université...).

-La seconde est réservée aux motivations de l'entrepreneur (la famille, l'environnement, l'expérience professionnelle, les politique de soutien à l'entrepreneuriat...), suivie par la troisième qui est réservée aux freins des entrepreneurs (les principaux obstacles, la peur du risque, l'influence négative de l'entourage...).

-La dernière est consacrée à l'entreprise (le secteur d'activité, le statut de l'entreprise, la forme juridique, la structure de financement...).

Notre questionnaire est élaboré en langue française, nous avons été attentives à la clarté et à la précision des questions et surtout à l'accessibilité du vocabulaire pour que le questionnaire soit à la portée de tous les entrepreneurs, nous avons pris en compte la réalité de terrain pour ce nous avons rédigé un questionnaire qui est à la portée d'un spécialiste ou non en entrepreneuriat.

Dans notre questionnaire nous avons utilisé trois types de questions :

- Des questions fermées sur lesquelles le répondant doit répondre par oui ou par non,
- Des questions à choix multiples où l'interrogé peut choisir une réponse ou plusieurs parmi les items proposés,
- Des questions ouvertes où l'interviewé peut s'exprimer en fonction de la question.

IV - Le déroulement de l'enquête de terrain et les contraintes rencontrées

Notre enquête de terrain s'est déroulée en une période de quatre mois (décembre 2019-mars 2020). Dans le but d'entrer en contact avec des entrepreneurs diplômés de l'enseignement supérieur, nous avons d'abord sollicité les organismes (ANSEJ, ANGEM, CNAC). Ensuite nous avons exploité notre réseau, ce qui nous a permis de rencontrer des entrepreneurs compétents avec de nouvelles motivations et de nouveaux objectifs.

Il a fallu attendre un certain temps pour établir les contacts des entrepreneurs bénéficiaires des organismes de soutien à l'entrepreneuriat.

Dès que les Organismes nous ont fourni les listes des entrepreneurs (avec les noms et les adresses des entreprises, les lignes téléphoniques et les activités) les questionnaires ont été distribués immédiatement, et ensuite complété par des entretiens.

D'autres difficultés ont retardé notre travail : changement d'adresse, changement de ligne téléphonique, fermeture des entreprises, changement d'activité...

Malgré cela, le déroulement de notre enquête de terrain est satisfaisant, les entrepreneurs que nous avons sollicités étaient à la hauteur de nos espérances, et ils ont mis leurs expériences et leurs connaissances à notre disposition. En effet, la grande majorité a répondu dans l'immédiat au questionnaire. Certains nous ont demandé de leur laisser du temps pour qu'ils puissent y répondre ultérieurement étant donné qu'ils n'étaient pas disponibles au moment de notre passage.

Nous avons choisi l'entretien (semi-directif) comme deuxième méthode, elle nous a permis d'aborder les questions spécifiques identifiées à partir de notre cadre théorique, tout en donnant de l'importance aux éléments imprévus rajoutés par les entrepreneurs. Après chaque entretien, la rédaction du rapport se faisait à l'instant.

VI- Détermination des procédures d'analyse

Dans le cadre de notre travail nous avons utilisé un formulaire en ligne « Google forms », qui a été conseillé par les spécialistes avec lesquels nous avons travaillé.

Google forms est un outil qui sert à collecter, organiser et analyser clairement des données d'une manière très rapide quelque soit le volume.

Nous avons eu recours au support numérique suite à la demande des entrepreneurs qui l'ont préféré par rapport au support papier, nous avons essayé de leur faciliter la tâche pour qu'on puisse avoir le maximum des réponses.

Google forms est un outil proposé par Google qui permet de réaliser un formulaire avec différents types de questions et de réponses. Il est disponible en ligne (avec une URL spécifique) mais il est également possible de l'intégrer sur une page web ou dans un e-mail. Il offre de nombreuses possibilités. Il se présente sous forme de document texte avec des champs à remplir.

Après l'enquête Google implémente de façon automatique toute les réponses sous formes de tableau dans un document Google Sheet. Ce format est pratique pour classer toutes les réponses. En revanche, pour en tirer des conclusions pertinentes nous avons calculé des pourcentages et nous les avons visualisés sous forme de graphiques.

Grâce à Google forms nous avons pu réaliser une enquête de façon simple et gratuite nous avons aussi une meilleure connaissance du terrain.

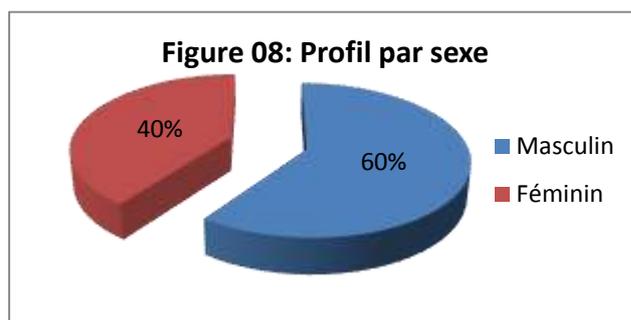
Section 2 - Analyse et interprétation des résultats

Notre enquête de terrain nous a permis de collecter les informations nécessaires pour notre recherche. Cette section sera consacrée pour la présentation et l'analyse des résultats de notre travail empirique.

I- Présentation et interprétation des résultats du questionnaire

I-1- Présentation des profils des entrepreneurs et leurs formations universitaires

I-1-1- Répartition par sexe

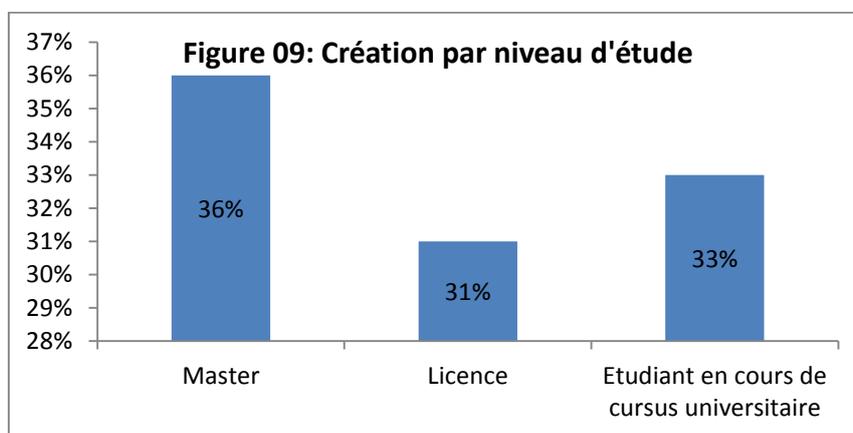


Source : élaboré par nos soins à partir de notre enquête, (janvier à mars 2020)

La figure ci-dessus nous montre que sur une population de 90 interrogés, nous avons enregistré un taux de 60% pour les créations par le sexe masculin, et un taux de 40% pour les créations par le sexe féminin.

Nous pouvons interpréter cela par le fait que le sexe féminin prend moins le risque de s'engager dans des projets de telle envergure. Or que le sexe masculin a tendance à être plus débrouillard dans ce genre d'aventures. Le taux de 40% pour le sexe féminin est relativement élevé, cela revient aux contraintes induites par le chômage. Cela veut dire que les femmes ont probablement renforcé leurs marges d'autonomie, et que la situation économique a convaincu les familles de les laisser se débrouiller par elles-mêmes.

I-1-2- Le niveau d'étude



Source : élaboré par nos soins à partir de notre enquête, (janvier à mars 2020)

Chapitre 3 - La création d'entreprise par les diplômés-Cas de l'Université Mouloud MAMMERI de Tizi-Ouzou

D'après la figure ci-dessus, nous constatons que 36% des entrepreneurs que nous avons interrogés détiennent le diplôme de Master, 31% détiennent le diplôme de Licence et 33% sont en cours de cursus universitaire (ce pourcentage représente les entrepreneurs potentiels).

Cette étude infirme l'opinion dominante au sein du public selon laquelle les entrepreneurs ne possèdent pas un niveau d'étude supérieur.

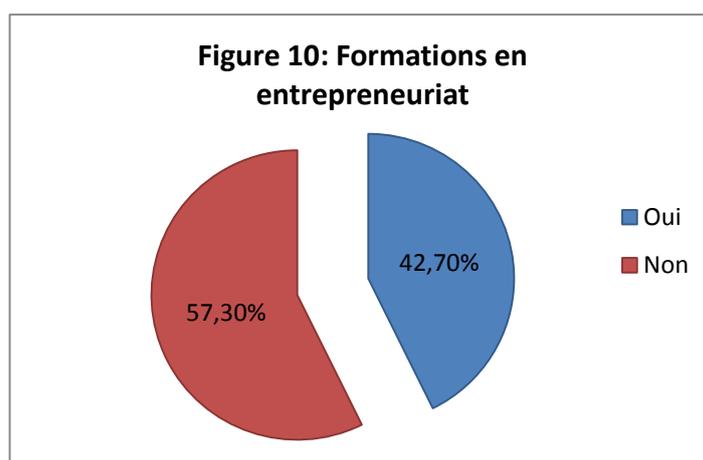
Nous avons constaté aussi qu'entre informatique, génie civile, architecture, biologie, agronomie, entrepreneuriat, management, économie de la santé, droit, psychologie...etc. une forte diversité de profils de formation se manifeste.

En voici ci-dessous une nomenclature des diplômes détenus par les entrepreneurs :

- Sciences et technologies ;	22%
- Architecture ;	3%
- Biologie ;	17%
- Sciences économiques ;	18%
- Informatique ;	25%
- Chirurgie dentaire ;	3%
- Psychologie ;	2%
- Droit ;	2%
- Langues étrangères ;	6%
- Gemmologie	2%

Source : élaboré par nos soins à partir de notre enquête

I-1-3- Formation en entrepreneuriat

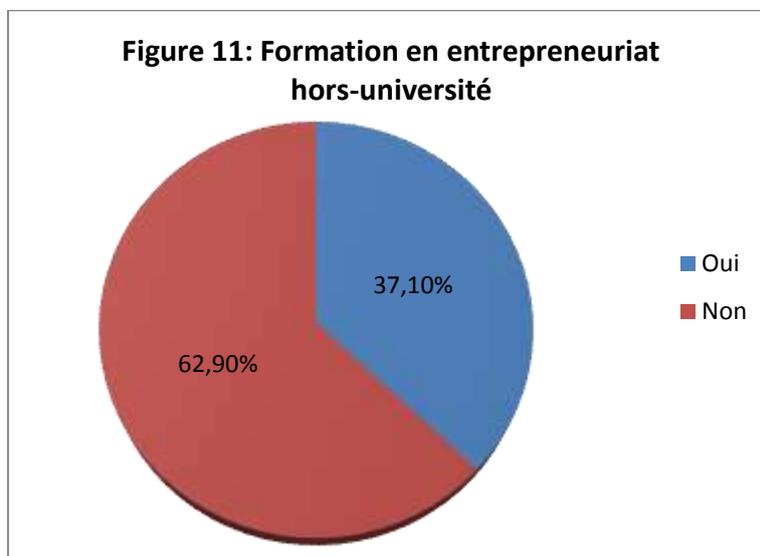


Source : élaboré par nos soins à partir de notre enquête, (janvier à mars 2020)

Selon ces données, un taux de 57,3% de créateurs n'ont pas suivi une formation entrepreneuriale contre un taux de 42,7% qui l'ont suivie. Cela montre que malgré le taux élevé pour le premier chiffre comparativement au deuxième nous déduisons que la création d'entreprise a eu lieu même sans formation (ce public cherche à se forger dans sa propre

spécialité sans pour autant se former en entrepreneuriat). Le même chiffre de 42,70% peut être interpréter par prise de conscience que la formation est un atout.

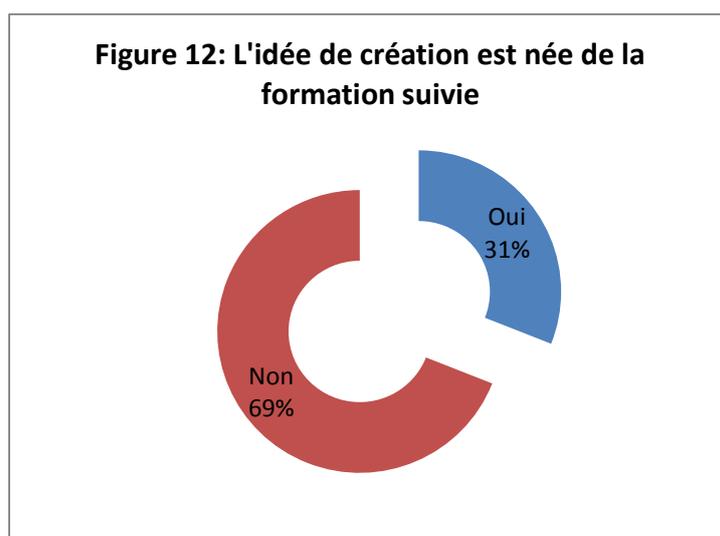
I-1-4- Formation en entrepreneuriat suivie hors-université



Source : élaboré par nos soins à partir de notre enquête, (janvier à mars 2020)

La figure ci-dessus, nous montre un taux de 62,09% qui renvoi aux étudiants qui n'ont pas suivi de formations en entrepreneuriat hors-université. Nous pouvons expliquer cela par la faible disponibilité des formations et leur coût par fois. Le taux de 37,10% renvoi aux étudiants qui ont cherché à se former en entrepreneuriat même hors université (écoles de formations, organismes de soutien à l'entrepreneuriat...).

I-1-5- L'idée de création est née de la formation suivie

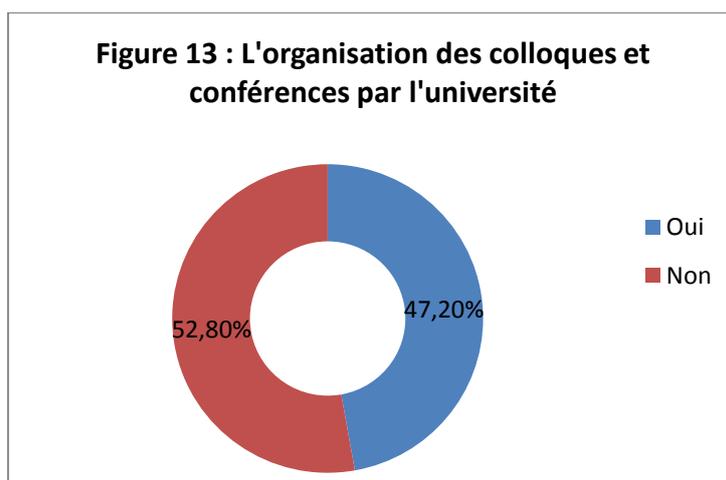


Source : élaboré par nos soins à partir de notre enquête, (janvier à mars 2020)

Nous voyons à travers la figure que seulement 31% des créateurs ont eu l'idée de création d'entreprise à partir de leur enseignement (un ingénieur en informatique envisage

de créer sa propre entreprise où il sera responsable de la conception du développement et de la maintenance des applications informatiques). Et cela rejoint l'explication que nous avons fourni dans la figure précédente, ce qui veut dire que la grande majorité (69%) s'inspirent d'autres facteurs (environnement, famille...) et non de leur enseignement suivi à l'université. Le taux de 31% nous montre que la formation universitaire est une source d'inspiration pour de nombreux étudiants.

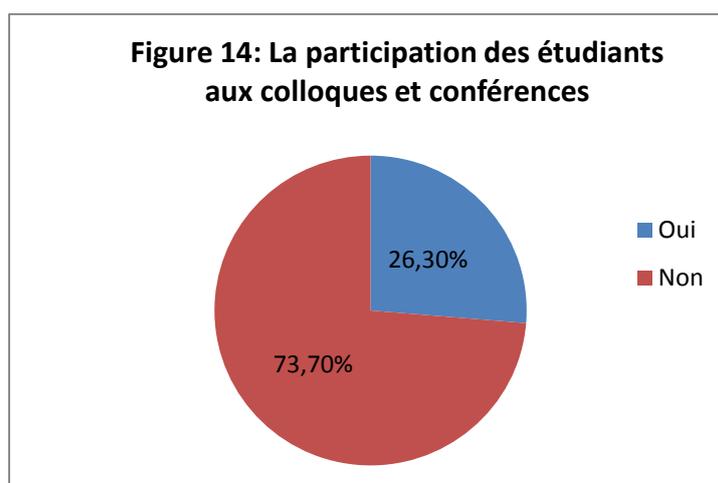
I-1-6- L'organisation des colloques et conférences par l'université



Source : élaboré par nos soins à partir de notre enquête, (janvier à mars 2020)

47,20 % des interrogés affirment avoir eu l'idée de création d'entreprise, à l'occasion de colloques ou de rencontres scientifiques organisés à l'université. Cette dernière devient une source de diffusion d'idées qui semble avoir un certain impact.

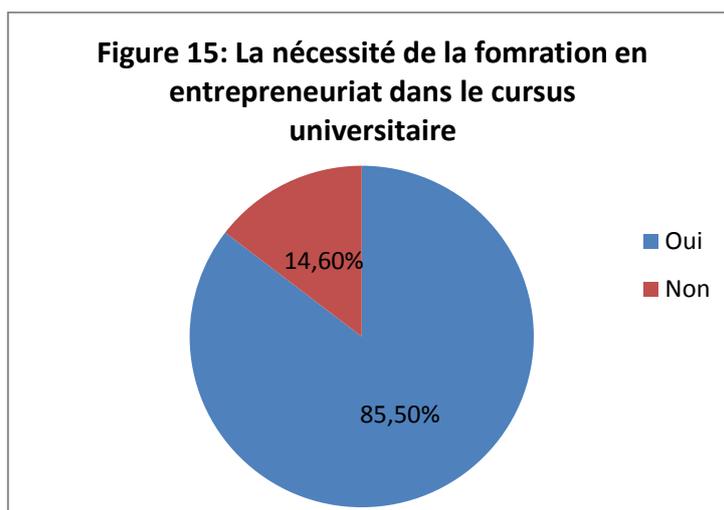
I-1-7- Degré de participation des étudiants aux colloques et conférences



Source : élaboré par nos soins à partir de notre enquête, (janvier à mars 2020)

Comme nous le fait remarquer cette figure et comme nous l'avons expliqué dans les deux figures précédentes, nous voyons par le chiffre de 73,70% des étudiants manifestent un manque d'intérêt aux colloques et aux conférences organisés à l'université. La minorité qui reste peut être interpréter par la clairvoyance et la soif de découverte des étudiants.

I-1-8-La nécessité de la formation en entrepreneuriat dans le cursus universitaire



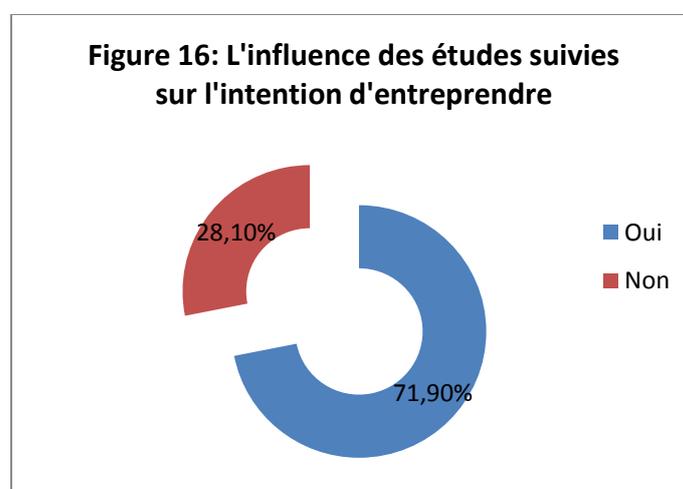
Source : élaboré par nos soins à partir de notre enquête, (janvier à mars 2020)

Ces résultats montrent une prise de conscience :

- Des exigences de la création d'entreprise.
- Des déficits en compétences des candidats entrepreneurs.

I-2- Présentation des motivations des entrepreneurs

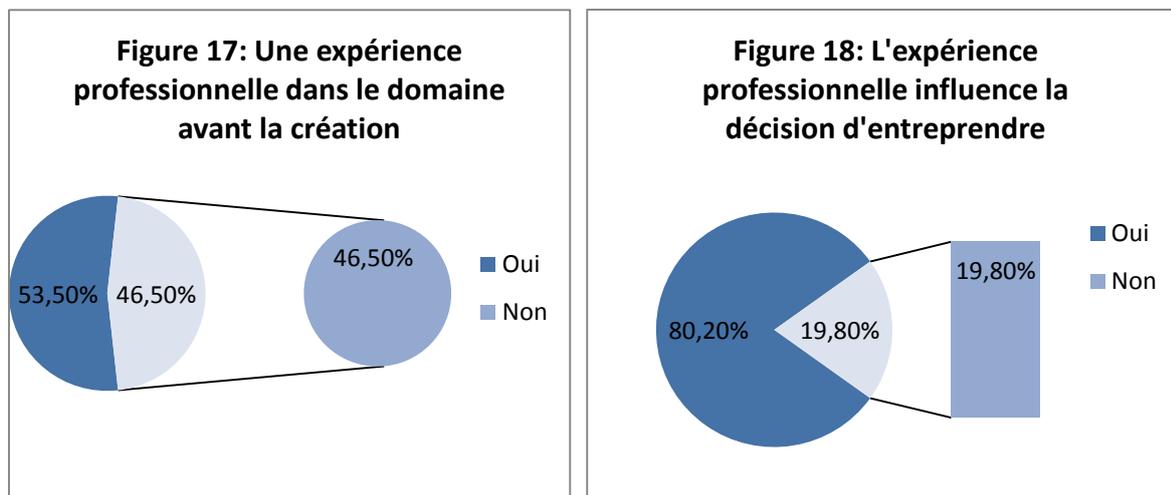
I-2-1- L'influence des études suivies sur l'intention d'entreprendre



Source : élaboré par nos soins à partir de notre enquête, (janvier à mars 2020)

Selon les chiffres donnés par la figure ci-dessus, nous déduisons que 71,90% des créateurs sont influencés par les études suivies. Cela s'explique par le choix et la volonté d'entreprendre. En effet, les études suivies (connaissances acquises, diplômes requis) offrent une opportunité.

I-2-2- L'expérience professionnelle



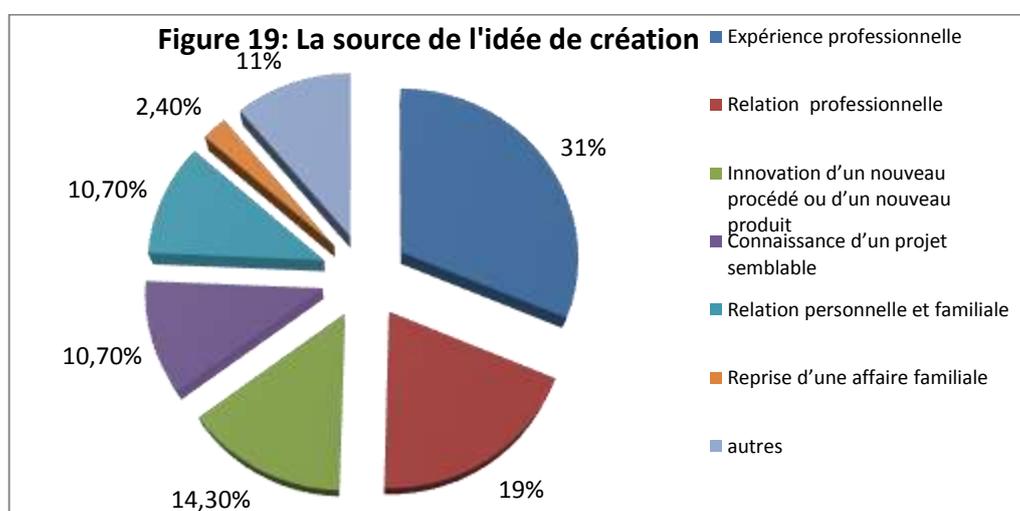
Source : élaboré par nos soins à partir de notre enquête, (janvier à mars 2020)

La figure 16 nous montre que 53,50% des créateurs ont déjà eu une expérience professionnelle dans le domaine avant la création, comparant à 46,50% qui n'ont jamais eu d'expérience dans le même domaine de création.

La figure 17 vient confirmer ce que nous avons constaté à travers la figure 16, seulement 19,80% n'ont pas été influencé par l'expérience professionnelle requise.

Nous pouvons expliquer l'écart des chiffres par la détermination des entrepreneurs à exploiter leurs acquis dans leur propre entreprise.

I-2-3- La source de l'idée de création



Source : élaboré par nos soins à partir de notre enquête, (janvier à mars 2020)

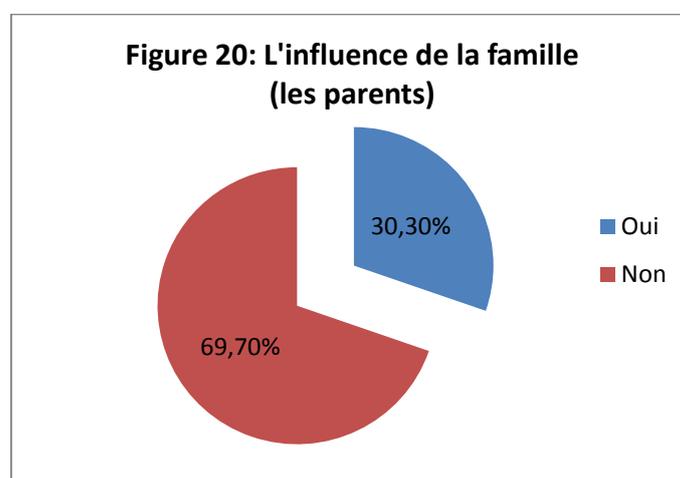
Le présent graphique présente les différentes sources d'inspiration des jeunes créateurs. Il nous montre tout d'abord que l'idée d'entreprendre vient par excellence de l'expérience professionnelle avec un taux de 31%. Ensuite la relation professionnelle avec un taux de 19%. Puis les autres sources d'inspiration : l'innovation, la connaissance d'un projet semblable, les relations personnelles et familiales et sources diverses (comme nous le désignons dans le graphique ci-dessus par « Autres ») s'avoisinent avec des taux de 14%, 11% et 10%. Pour conclure avec un taux très faible de 2,40% pour la reprise des affaires familiales.

Nous avons précisé dans les figures précédentes (16 et 17) que l'expérience ainsi que les relations professionnelles semblent primordiales dans l'acte entrepreneurial, elles sont, donc, les premières sources d'inspiration.

Nous remarquons aussi que le besoin d'innovation (création) occupe une place importante parmi les autres sources. Dans l'entrevue que nous avons réalisée, une jeune créatrice par exemple a mis en œuvre une idée assez originale. Elle consiste à recycler le papier journal pour fabriquer des objets divers.

Les relations personnelles et familiales jouent un rôle non négligeable mais limité (10,70%). Nous comprendrons ainsi que les créateurs portent un intérêt considérable à l'acte d'entreprendre.

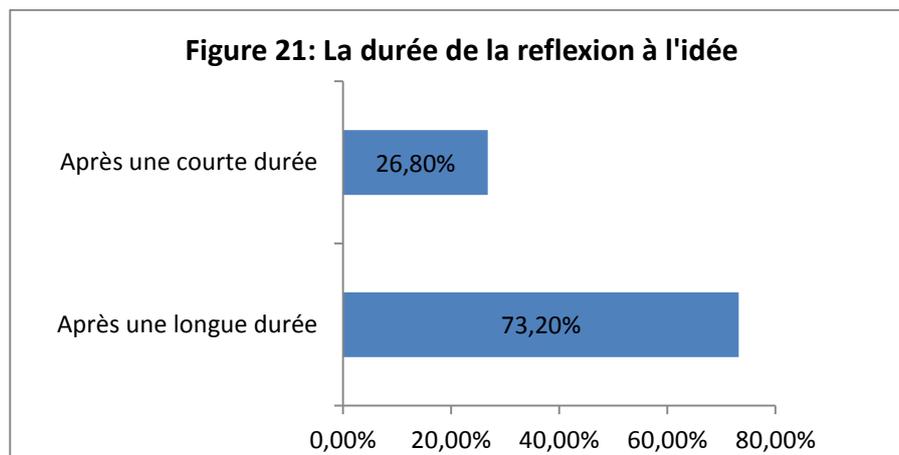
I-2-4- L'influence de la famille (les parents)



Source : élaboré par nos soins à partir de notre enquête, (janvier à mars 2020)

Avec un taux de 30,30% la famille (parents) a peu d'influence sur la décision d'entreprendre chez les jeunes créateurs. Nous pouvons expliquer ce fait par une liberté de choix chez les jeunes (les parents n'ont pas à imposer des choix sur l'avenir de leurs enfants). Comme il peut être expliqué aussi par l'absence de la culture entrepreneuriale chez les parents.

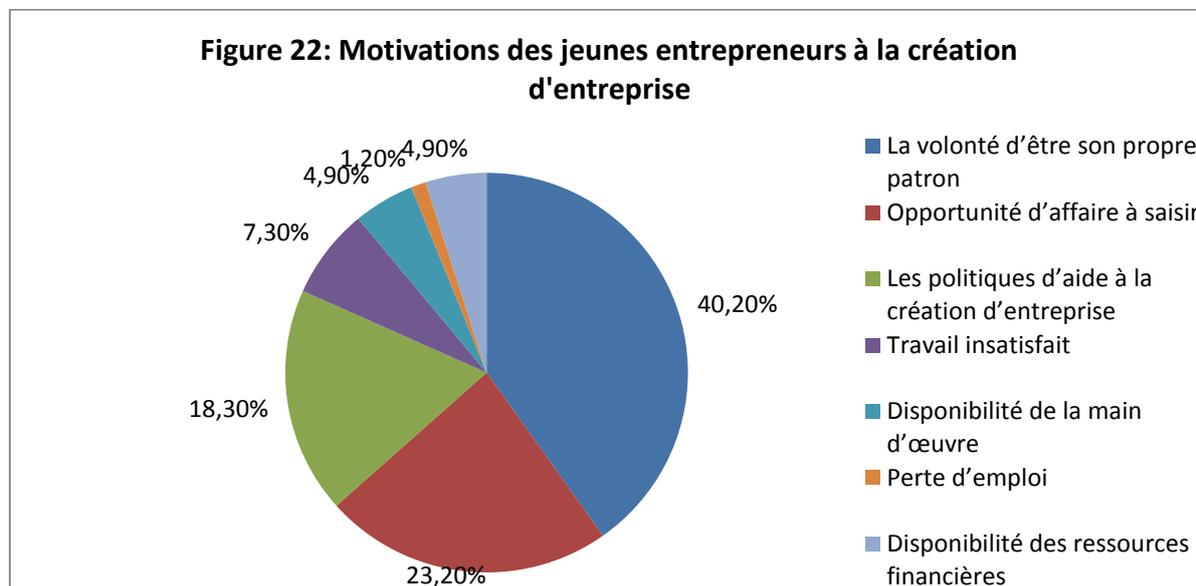
I-2-5- La durée de la réflexion à l'idée de création



Source : élaboré par nos soins à partir de notre enquête, (janvier à mars 2020)

Cette figure montre un grand écart entre les deux taux, et cela ne peut être interprété que par le fait que les créateurs n'agissent pas à l'aveuglette et ne prennent pas de risques inconsidérés. Le chiffre de 73, 20% qui affirment avoir créé après une longue réflexion, confirme cette interprétation.

I-2-6- Les motivations à la création d'entreprises des diplômés universitaires



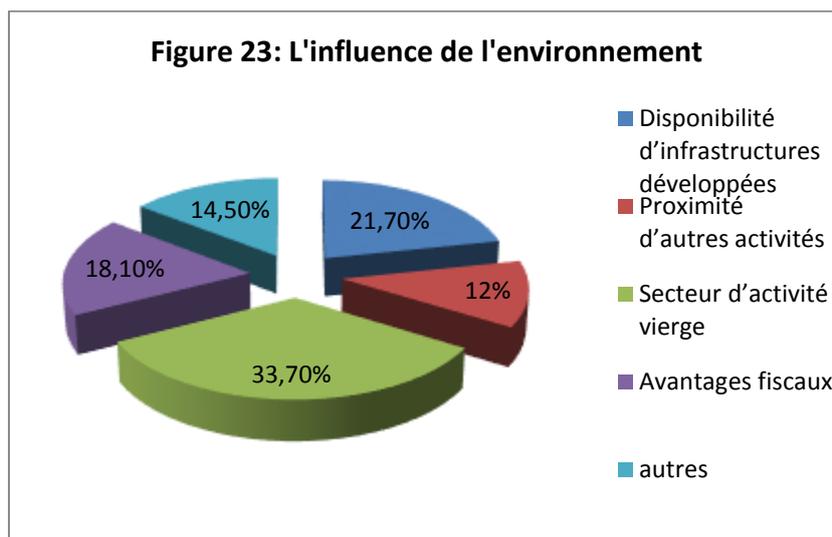
Source : élaboré par nos soins à partir de notre enquête, (janvier à mars 2020)

A partir de cette figure se dégage plusieurs pourcentages différents. Au premier rang nous remarquons la volonté d'être son propre patron avec un taux de 40,20%. Les jeunes créateurs interrogés pour la plupart n'aiment pas être dirigés au contraire, ils souhaitent être indépendants en créant leur propre entreprise. Ensuite, vient au deuxième rang les opportunités d'affaire à saisir avec un taux de 23,20%. Beaucoup de créateurs saisissent

l'occasion dès qu'elle se présente. Au troisième rang, les politiques de soutien à l'entrepreneuriat avec un taux de 18,30%.

Nous constatons qu'un nombre important de jeunes démunis de moyens financiers recourent aux dispositifs de soutien à la création d'entreprise afin réaliser leur idée d'entreprendre.

I-2-7- L'influence de l'environnement



Source : élaboré par nos soins à partir de notre enquête, (janvier à mars 2020)

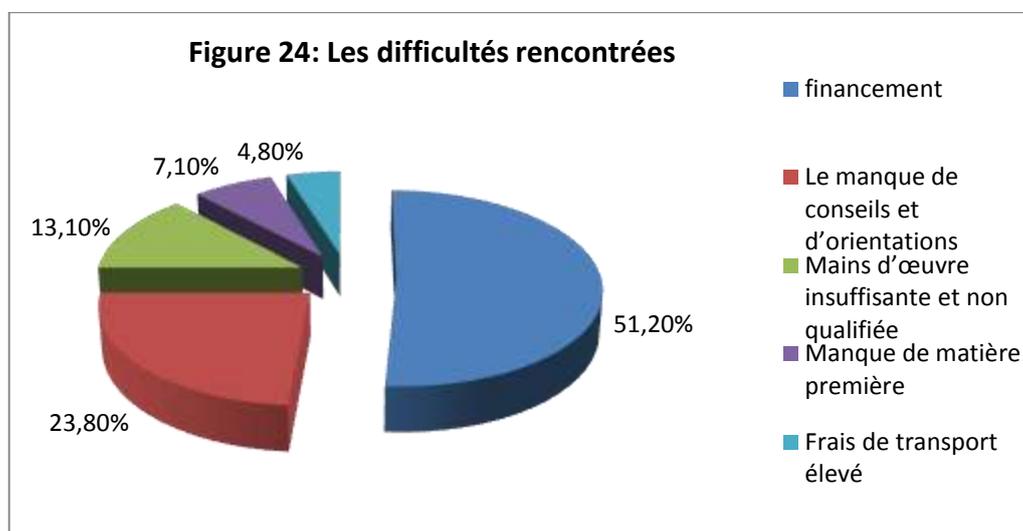
Le graphique ci-dessus nous montre à quel point l'idée de création dépend de son environnement. L'existence d'un secteur d'activité vierge avec un taux de 33,70% est classée en premier. Afin de réaliser leur idée, les jeunes ont saisi la nécessité d'exploiter un secteur d'activité vierge. En effet, ces créateurs ont décidé de créer une demande à partir de l'offre qu'ils vont exposer sur le marché.

Nous observons que la disponibilité d'infrastructures développées avec un taux de 21,70% est classée en second ; lorsque le matériel et/ou le local sont disponibles, cela réduit les délais de création et les obstacles à la création.

Les avantages fiscaux et l'aide de l'Etat arrivent en troisième position. Les contraintes de ressources financières de la plupart des candidats entrepreneurs expliquent l'importance modérée de ce facteur.

I-3- Présentation des principaux obstacles des entrepreneurs

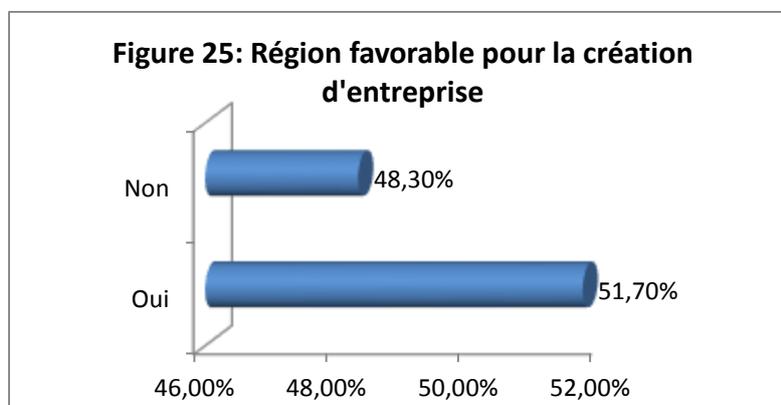
I-3-1- Les différentes entraves face à l'idée d'entreprendre



Source : élaboré par nos soins à partir de notre enquête, (janvier à mars 2020)

A travers la figure ci-dessus le plus grand obstacle des entrepreneurs sort du lot, avec un taux de 51,20%, le financement prime sur tous les autres obstacles, malgré les chances octroyées par les différents dispositifs de soutien, les entrepreneurs peinent très souvent à avoir un financement complet pour leur projet. Le manque de conseils et d'orientations est aussi un obstacle d'ampleur, il empêche en un mot les jeunes d'atteindre leurs objectifs. Le taux de 23,80% nous montre que les porteurs d'idée ne cherchent pas les orientations nécessaires avant de se lancer dans un projet de grande envergure. Le taux de 13,10% qui renvoie à la main d'œuvre insuffisante et non qualifiée représente une gêne considérable pour le créateur. En effet, Une main d'œuvre insuffisante et non qualifiée diminue les chances de réussite des créations.

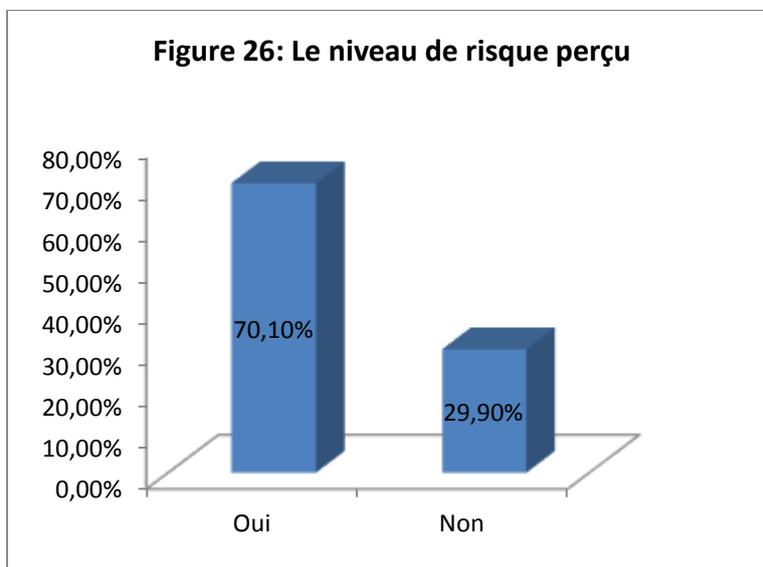
I-3-2-La région d'implantation favorise-t-elle la création d'entreprise ?



Source : élaboré par nos soins à partir de notre enquête, (janvier à mars 2020)

La présente figure nous montre que les taux se rapprochent. 51,70 % pour le oui et 48,30% pour le non. Nous déduisons que la région (lieu de l'implantation de l'entreprise) dans ce cas, favorise plus ou moins la création d'entreprise.

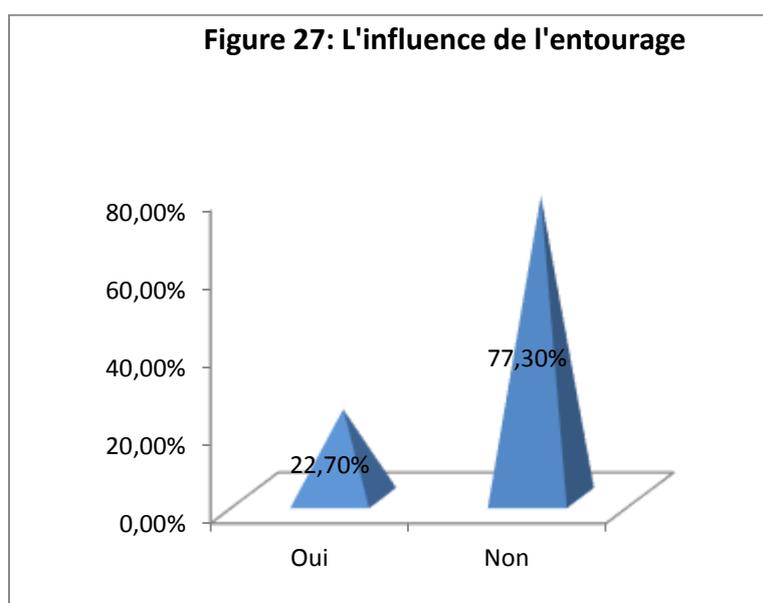
I-3-3- La création peut-elle être risquée ?



Source : élaboré par nos soins à partir de notre enquête, (janvier à mars 2020)

Dans la figure 25 nous avons constaté suite à notre enquête que les jeunes diplômés ont réalisé à quel point cet acte d'entreprendre est risqué. En effet, seulement 29,90% des créateurs trouvent que cela n'est pas risqué. Nous pouvons expliquer cela par la peur de la quasi-totalité des porteurs d'idées à lancer leur projet sur le marché.

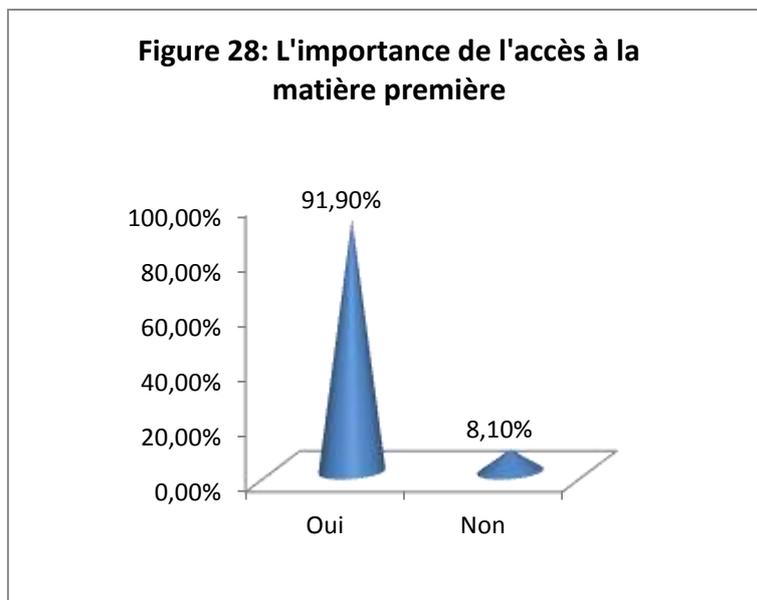
I-3-4- L'influence de l'entourage



Source : élaboré par nos soins à partir de notre enquête, (janvier à mars 2020)

La figure 26 montre à l'aide de chiffres exhaustifs (à raison de 77, 30% pour le non et 22,70% pour le oui) le soutien de l'entourage. En effet, nombreux sont les entrepreneurs qui ont précisé durant notre enquête, qu'ils ont eu de l'appui de la part des membres de leur entourage.

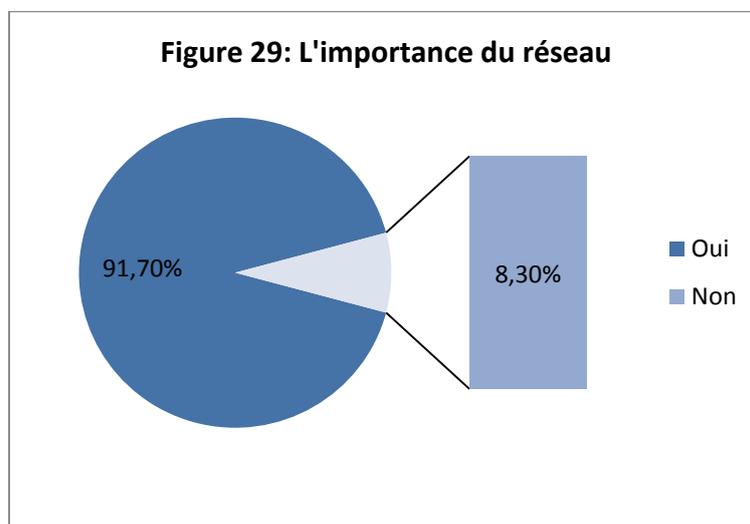
I-3-5-L'importance de l'accès à la matière première



Source : élaboré par nos soins à partir de notre enquête, (janvier à mars 2020)

Dans la présente figure avec un taux qui avoisine les 100%, montrent que la quasi-totalité des entrepreneurs trouvent que la matière première est importante dans la création d'entreprise.

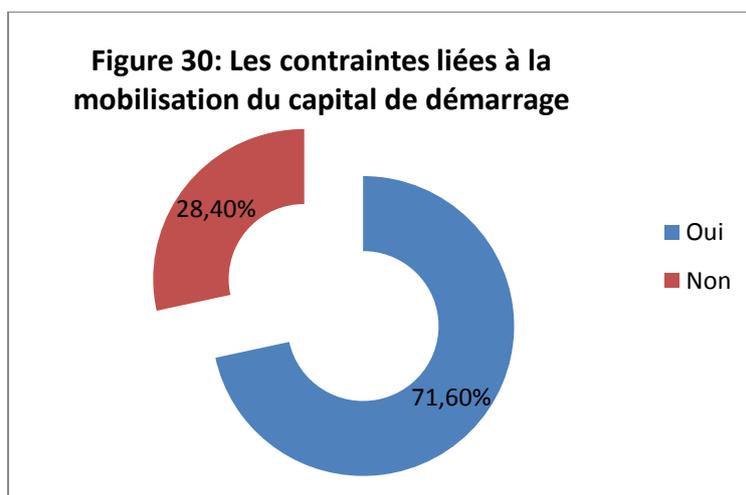
I-3-6-L'importance du réseau (ou du capital social-relational) (amis, collègues, familles)



Source : élaboré par nos soins à partir de notre enquête, (janvier à mars 2020)

91,70% représente l'importance du réseau constitué de : amis, collègues, familles... Nous avons découvert à travers notre enquête que le soutien moral et une certaine psychologie d'encouragement semblent primordiaux pour le jeune créateur afin de booster ses performances. Cela lui permet d'avoir une confiance en soi. La petite minorité qui reste n'est pas sensible à l'importance de ce facteur d'encouragement ou de soutien.

I-3-7- Les contraintes liées à la mobilisation du capital de démarrage



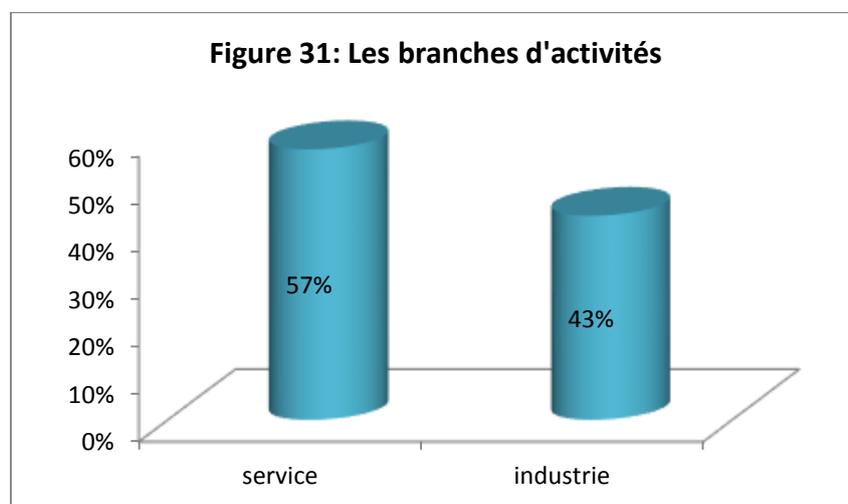
Source : élaboré par nos soins à partir de notre enquête, (janvier à mars 2020)

La figure 29 confirme les résultats de la figure 23. La contrainte de financement est l'un des principaux obstacles à la création d'entreprises, le taux de 71,60% appuie le propos. Nous comprendrons que sans capital de démarrage la création n'aura pas lieu.

Pour conclure sur ces difficultés rencontrées, les jeunes diplômés ont exposé d'autres entraves qui les ont empêchés d'avancer aisément dans leur création. Sur la tête de cette liste, ils ont reproché la lourdeur et la lenteur de la procédure administrative (beaucoup de paperasse ainsi que sa complexité).

I-4- Présentation et identification des entreprises créées

I-4-1- Le secteur (la branche) d'activité



Source : élaboré par nos soins à partir de notre enquête, (janvier à mars 2020)

Nous voyons d'emblée que le taux le plus élevé de 57% est consacré aux branches d'activité appartenant au secteur des services (commerce, informatique, tourisme et artisanat, communication, distribution, hygiène, formations professionnelles, bureau de comptabilité, bureau d'études...). Notamment dans le commerce, l'informatique, le tourisme et l'artisanat qui occupent une place importante dans la classification. Ensuite vient en deuxième position l'industrie avec un taux de 43%, l'explication que nous pouvons fournir est que l'industrie véhicule l'ère moderne, elle favorise la création de la richesse ainsi que de l'emploi. (Nous attirons l'attention par exemple sur la place qu'occupe l'industrie agro-alimentaire).

I-4-2- L'emploi dans les entreprises créées

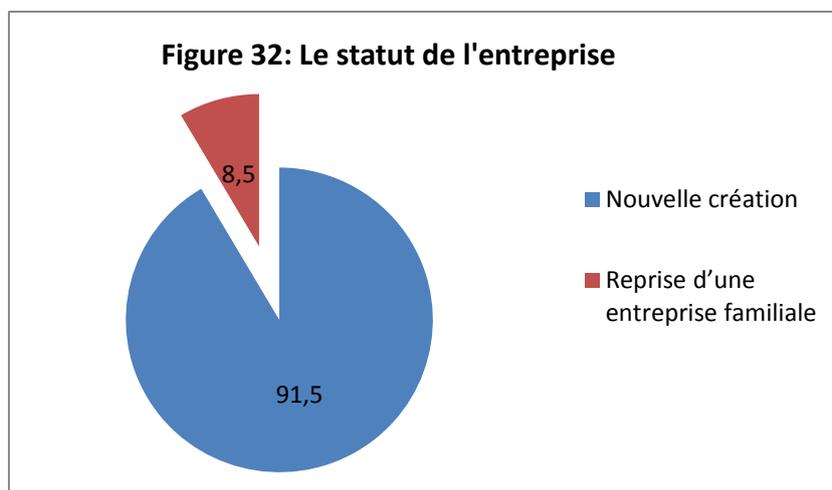
Tableau 04 : Evolution de l'emploi

Emploi à la création			Emploi actuel		
Nombre d'employés	Nombre d'entreprises	%	Nombre d'employés	Nombre d'entreprises	%
De 1 à 5	40	67%	De 1 à 5	30	50%
De 5 à 10	15	25%	De 5 à 10	15	25%
De 10 à 15	05	08%	De 10 à 15	10	17%
De 15 à 20	00	00%	De 15 à 20	5	8%

Source : élaboré par nos soins à partir de notre enquête, (janvier à mars 2020)

Nous avons déduit qu'au départ, la quasi-totalité des entreprises avaient de 1 à 5 employés, mais nous constatons une évolution remarquable du nombre d'employés. Cela peut être considéré comme un indicateur de réussite et de survie « dans les premiers pas les plus risqués » (first riskable steps).

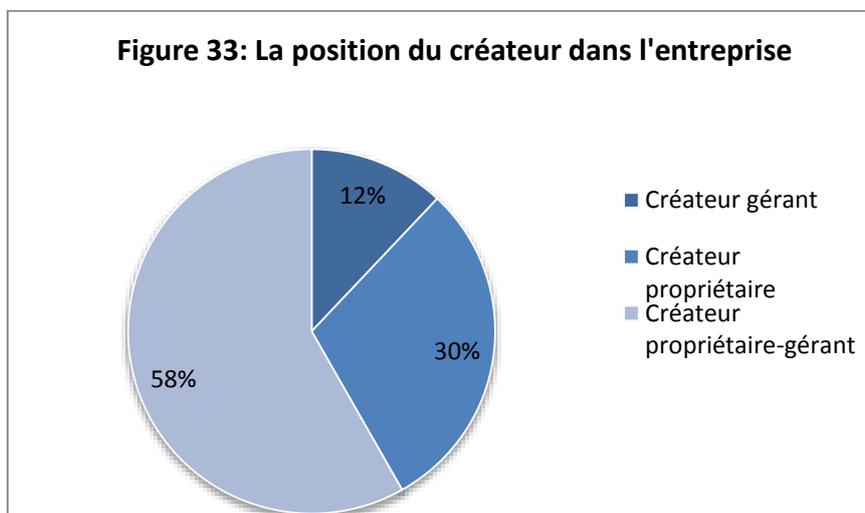
I-4-3- Le statut de l'entreprise



Source : élaboré par nos soins à partir de notre enquête, (janvier à mars 2020)

De ce graphe se dégage une très grande différence entre nouvelle création estimée à 91,5% et la reprise d'une entreprise familiale avec un taux de 8,5%. Essayons de voir le taux de 8,5%, il vient confirmer ce que nous avons déduit dans la figure 18, une faible minorité s'intéresse à la reprise d'une affaire familiale parce que très peu de créateurs viennent d'une famille qui possède une affaire. Il est donc évident que les jeunes diplômés penchent en faveur de la nouvelle création afin de concrétiser leurs idées.

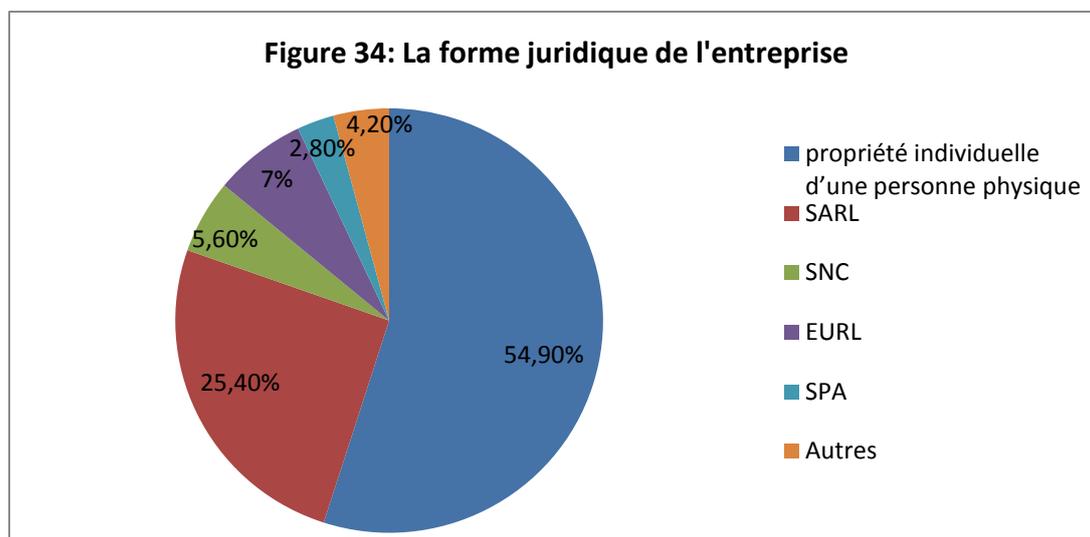
I-4-4- La position du créateur dans l'entreprise



Source : élaboré par nos soins à partir de notre enquête, (janvier à mars 2020)

De part les chiffres que nous illustre la figure ci-dessus, nous déduisons que 58% des créateurs sont propriétaires-gérants. 30% sont des créateurs propriétaires et seulement 12% sont des créateurs gérants. Ce fait s'explique par les motivations que nous avons exposées précédemment dans la figure 21 (vouloir être son propre patron).

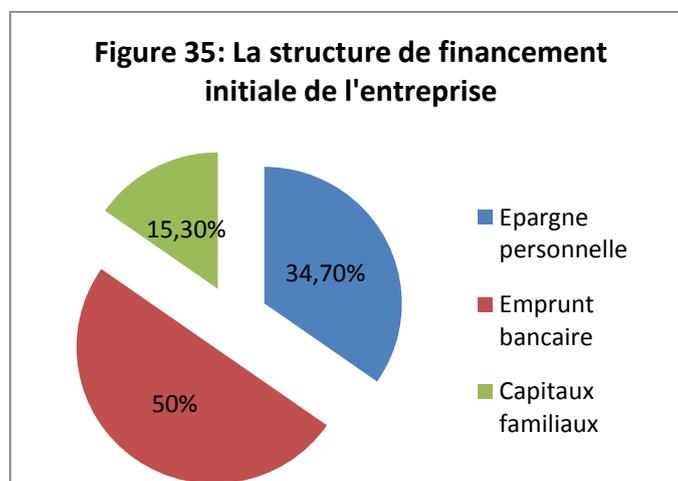
I-4-5- La forme juridique de l'entreprise



Source : élaboré par nos soins à partir de notre enquête, (janvier à mars 2020)

De prime abord, nous voyons dans la figure 33 que la forme juridique de l'entreprise est pour la plupart des créations : propriété individuelle d'une personne physique, avec un taux de 54,90%. Les jeunes créateurs l'ont sélectionnée en raison des formalités de création qui sont plus légères par rapport aux autres formes juridiques. En plus de cela, tout ce qui relève des professions libérales, nécessite un agrément qui est accordé à une personne physique.

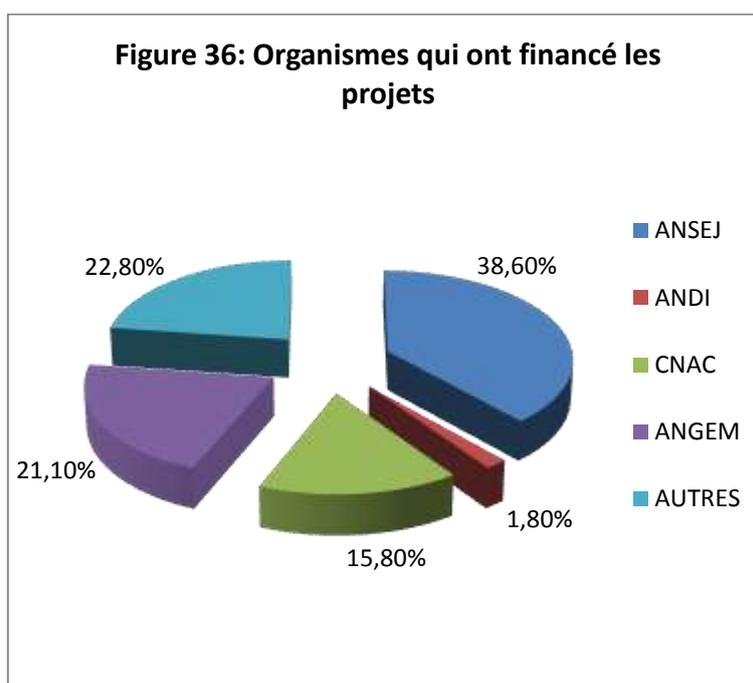
I-4-6- La structure de financement initiale de l'entreprise



Source : élaboré par nos soins à partir de notre enquête, (janvier à mars 2020)

Nous remarquons d'après la figure que la structure de financement initiale de la moitié des projets est l'emprunt bancaire, ça représente 50%. Le graphe donc nous montre un équilibre entre financement bancaire d'un côté et apport personnel + capital familial d'un autre côté. Le taux élevé du financement bancaire rejoint le problème initial de la majorité des entrepreneurs qui est le financement. Par manque de moyens financiers, les créateurs font recours au financement bancaire qui est généralement accordé à travers les organismes de soutiens à l'entrepreneuriat. L'épargne personnelle occupe la deuxième place avec 34,70%, cela se traduit par le fait que les créateurs ont sacrifié pendant une période pour épargner la somme qu'il faut investir dans les projets. L'intention d'entreprendre était présente dès le départ mais la contrainte de financement avait retardé le démarrage des projets. Nous déduisons aussi que les familles des créateurs participent au financement des projets avec un taux de 15,30%. Cela se traduit par le soutien et l'encouragement que reçoivent ces créateurs de leurs familles.

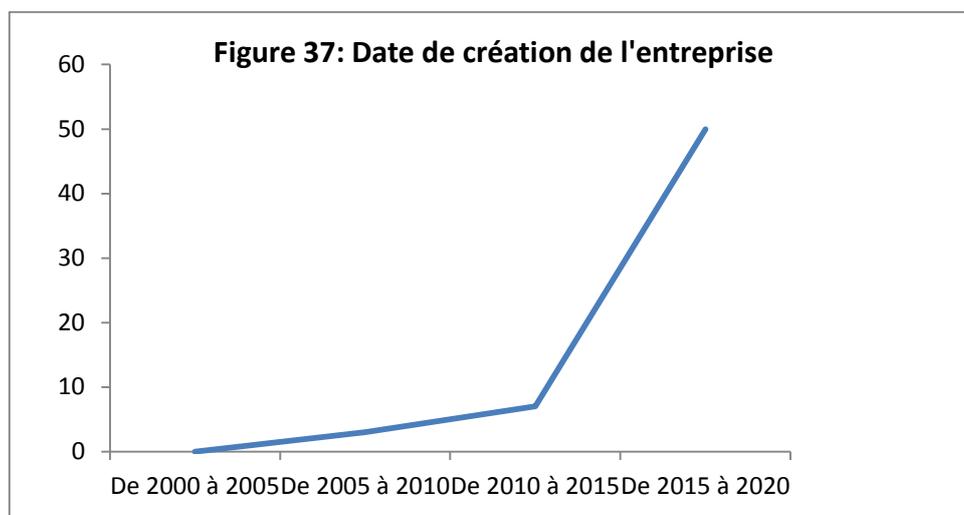
I-4-7- L'organisme qui a financé le projet



Source : élaboré par nos soins à partir de notre enquête, (janvier à mars 2020)

Tel que nous le fait remarquer la figure ci-dessus, les créateurs sollicitent les organismes de soutien à la création d'entreprises afin de financer leurs projets. En tête de liste l'ANSEJ avec un taux de 38,60%, il est le plus sélectionné par rapport à la qualité des offres qu'il octroie aux jeunes créateurs.

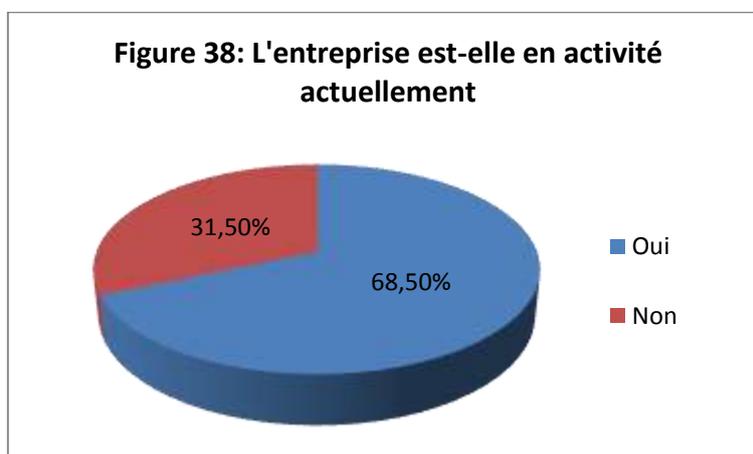
I-4-8- Date de création de l'entreprise



Source : élaboré par nos soins à partir de notre enquête, (janvier à mars 2020)

De la figure se dégage que les entreprises sont à 80% nouvellement créées (à partir de 2015), cela marque le début d'une nouvelle ère où les jeunes commencent à porter un grand intérêt à ce domaine. Ajoutant à cela, les nouvelles politiques gouvernementales qui ont accéléré le développement de l'auto-entrepreneuriat vers l'année 2009 dans le but d'absorber le chômage.

I-4-9- L'entreprise est-elle en activité actuellement



Source : élaboré par nos soins à partir de notre enquête, (janvier à mars 2020)

La figure nous montre explicitement que les entreprises créées sont à 68,50% en activité. Cela peut se traduire par les efforts accumulés par les jeunes pour réussir leurs créations et représente une approximation du taux de succès de la création d'entreprise. Le reste (31,50%) s'explique par l'ampleur des difficultés rencontrées par les entrepreneurs.

II- Présentation et interprétation des résultats des entretiens

II-1- Détection d'opportunité et choix de l'activité (ou de la branche d'activité)

Tableau 05 : Détection d'opportunité et choix de la branche d'activité

Créateur	Activité	Détection d'opportunité	Choix de la branche d'activité
01	Recyclage (recyclage du plastique)	-Savoir-faire	-Matière première disponible -intérêt des pouvoirs publics pour le développement durable -Rentabilité du projet
02	Agro-alimentaire (fromagerie)	- Savoir-faire	-Par rapport à la formation et l'expérience professionnelle -Reprise d'une affaire familiale
03	Agro-alimentaire (fromagerie)	-Besoin mal satisfait sur le marché -Savoir-faire	-Domaine intéressant
04	Parapharmacie	-Besoin mal satisfait sur le marché	-Phénomène d'imitation (réussite de certains de mes amis dans le même domaine)
05	BTPH	-Besoin mal satisfait sur le marché -Savoir-faire	-Demande élevée
06	Communication	-Savoir-faire	-Secteur intéressant
07	Artisanat (bijouterie traditionnelle)	-Disponibilité des ressources cognitives	-Expérience professionnelle dans le domaine -Maitrise du domaine
08	Artisanat (fabrication du savon traditionnel)	-Savoir-faire	-Disponibilité de la matière première -Maitrise du domaine
09	Réparation (entretien et réparation du matériel bureautique)	-Demande élevée sur le marché -Savoir-faire	-Maitrise du domaine dû à l'expérience professionnelle
10	Agro-alimentaire (production des pattes alimentaires)	-Savoir-faire	-Lien directe avec la formation universitaire (secteur lié au domaine d'étude)

**Chapitre 3 - La création d'entreprise par les diplômés-Cas de l'Université Mouloud
MAMMERI de Tizi-Ouzou**

11	Agro-alimentaire (production des pattes)	-Savoir-faire	-Expérience professionnelle dans le domaine avant de lancer le projet
12	Agro-alimentaire (conserverie)	-Besoin non satisfait sur le marché	-Secteur vierge et porteur
13	Aménagement des espaces verts	-Besoin mal ou presque non satisfait sur le marché	-Intérêt des pouvoirs publics pour le développement durable
14	Agro-alimentaire (conserverie de viande)	-Besoin mal satisfait sur le marché	-Etudes universitaires suivies liée au domaine
15	Ecole de formation	-Savoir-faire	-Besoin mal satisfait sur le marché
16	Ecole de formation (audio-visuel)	-Possède les connaissances et les compétences	-domaine nouveau
17	Industrie	-Possède les connaissances et les compétences	-Reprise d'une affaire familiale
18	Recyclage (recyclage du papier journal)	-Savoir-faire	-Matière première disponible -Marché vierge
19	Réparation (installation et réparation du matériel et équipement de l'énergie solaire et électrique)	-Disponibilité des ressources cognitives	-Domaine nouveau et intéressant
20	Bureau de Comptabilité	-Savoir-faire et compétences	-Formation universitaire.

Source : établi par nous même à partir de l'enquête

Afin d'expliquer le contenu du tableau ci-dessus, nous allons procéder par une approche comparative. Nous essayerons de dégager les points communs et les points divergents entre les différentes réponses des entrepreneurs. Nous s'intéresserons en particulier à ces deux points suivants : détection d'opportunité, choix de la branche d'activité.

II-1-1- Les points communs

• Détection d'opportunité

Comme nous l'avons vu dans le chapitre théorique, l'opportunité occupe une place importante dans la transformation d'une simple idée en un vrai projet entrepreneurial. Il nous semble donc important de nous intéresser à ce volet. Nous allons classer les réponses du panel des entrepreneurs interrogés. De par leurs réponses, nous constatons que la détection d'opportunité pour la quasi-totalité des entrepreneurs consiste à s'appuyer leurs savoir-faire, exploiter leurs ressources cognitives et leurs compétences, ou à répondre à un besoin mal ou non satisfait sur le marché.

Nous constatons donc que pour s'engager dans un projet entrepreneurial, le créateur doit mettre à profit ses capacités, son savoir-faire et sa maîtrise du domaine. Un vrai entrepreneur s'appuie sur une bonne connaissance du marché avant de se lancer dans une nouvelle offre et répondre aux besoins des consommateurs.

• Choix de la branche d'activité

Le terme secteur est par définition un domaine d'activité économique regroupant des métiers assez proches. Dans ce passage nous allons essayer de dégager les points communs quant aux raisons de la branche d'activité par les entrepreneurs. Globalement ils affirment avoir choisi leur branche d'activité pour les motifs suivants : expérience professionnelle dans le domaine (maîtrise du domaine), influence de la formation universitaire (un entrepreneur spécialisé dans l'agro-alimentaire a forcément des connaissances dans le domaine).

Ce qui se dégage à partir de là vient appuyer notre analyse des résultats du questionnaire.

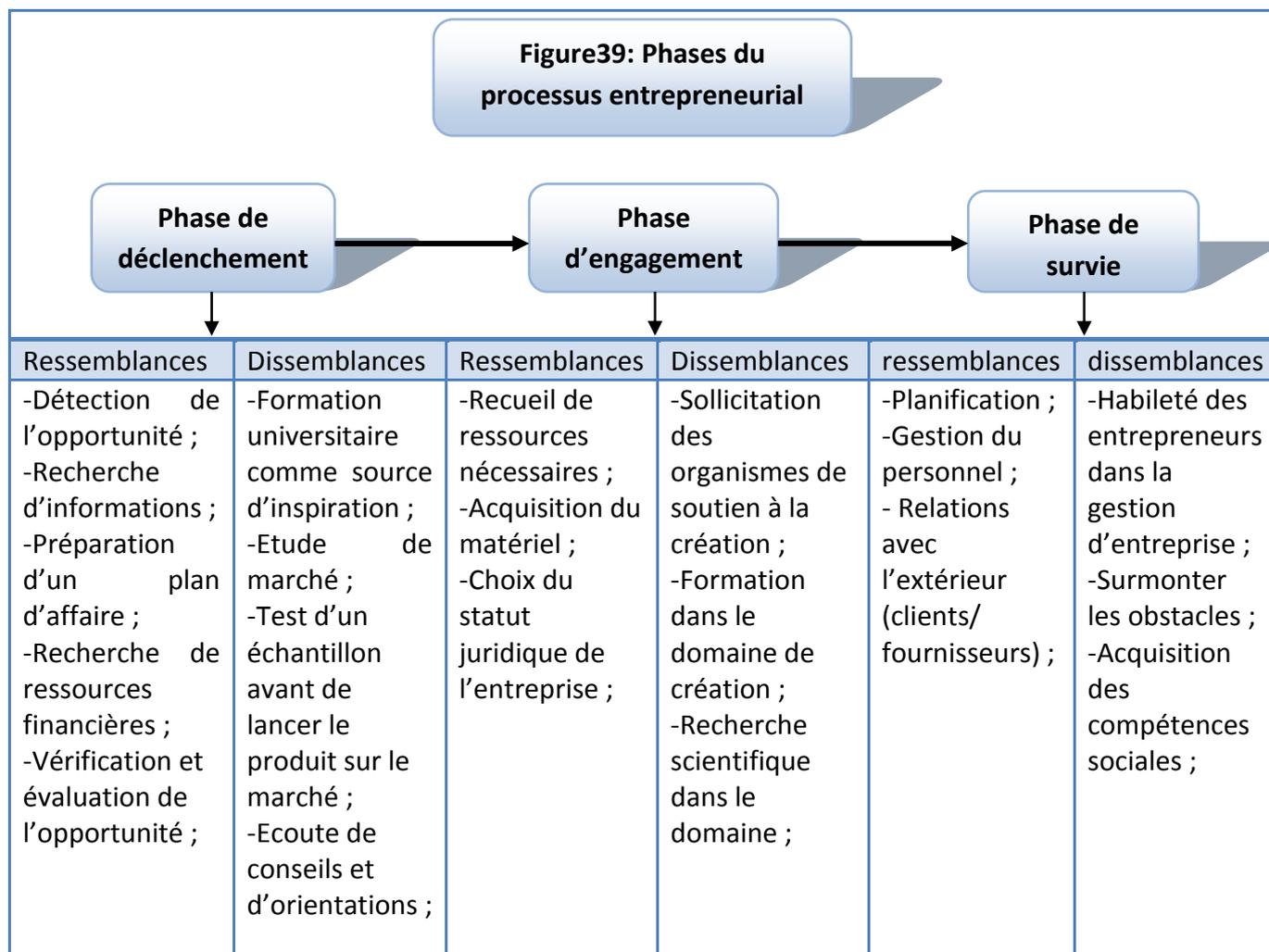
II-1-2- Les points de divergence

Entreprendre est une question de choix. Il y a différents types d'entrepreneurs et une multitude de raisons qui mènent à l'entrepreneuriat. Voyons quelques-unes de ces raisons qui ont poussé les entrepreneurs interrogés à choisir la branche d'activité :

- Dans l'entretien réalisé avec l'entrepreneur 1, il nous a fait remarquer que la disponibilité du plastique comme matière première, l'a poussé à se lancer dans le secteur (recyclage du plastique)
- D'autres au contraire, voient dans la réussite d'un projet semblable une source d'inspiration pour choisir la même activité. C'est ce que nous a précisé l'entrepreneur 4.
- D'autres motifs sont à l'origine du choix de la branche d'activité tels que la reprise d'une affaire familiale, la nouveauté du domaine...

II-2- Détermination et analyse du processus entrepreneurial

Bien que le parcours d'un entrepreneur ne soit pas parfaitement linéaire, chaque entrepreneur passe généralement par les mêmes étapes que nous allons essayer d'exposer dans le schéma qui suit :



Sources : élaboré par nous même à partir des entretiens réalisés

Le tableau ci-dessus représente les étapes suivies par les entrepreneurs afin de créer leurs entreprises. Nous nous sommes appuyés sur le modèle de BARON (2007) afin d'élucider les phases majeures constituant le processus entrepreneurial de chaque créateur. Nous avons remarqué des ressemblances et des dissemblances. L'explication que nous pouvons fournir pour les points de ressemblances à toutes les phases du processus entrepreneurial est que chaque entrepreneur doit impérativement passer par les étapes citées dans le présent tableau sans lesquels la création n'aura pas lieu.

Pour les points de divergence, nous pouvons faire les observations suivantes :

- *Phase de déclenchement* : Nous avons constaté que certains entrepreneurs sortent du lot et ont un comportement particulier. Ce n'est pas l'ensemble des entrepreneurs qui font

l'étude de marché avant de se lancer dans le projet, nous en avons trouvé seulement quelques uns (ceux de l'agro-alimentaire par exemple). En effet, l'étude de marché permet de tester l'idée, de réduire les risques, de connaître la clientèle, de déterminer ses besoins et ses attentes et d'identifier sa disponibilité à payer. L'absence ou l'insuffisance de l'étude de marché, diminue les chances de réussite.

En plus, un entrepreneur ne sait pas tout faire tout seul, chaque avis peut lui apporter un plus. La recherche de conseils et d'orientations lui permettent de bénéficier des expériences des autres, d'éviter de commettre les mêmes erreurs, de trouver des solutions à des problèmes susceptibles d'être rencontrés.

-Phase d'engagement : la sollicitation des organismes de soutien à l'entrepreneuriat par certains entrepreneurs est liée à l'insuffisance des ressources financières. Les formations et les connaissances scientifiques (avant la création) permettent une meilleure maîtrise du domaine. La connaissance du domaine est une composante fondamentale dans certains domaines, elle est aussi nécessaire pour les créateurs leur permettant ainsi de détecter de nouvelles opportunités.

-Phase de survie : dans cette phase de survie, ce qui distingue un entrepreneur d'un autre c'est son habileté à gérer l'entreprise. Ce trait distinctif permet une longévité de l'entreprise créée. Une bonne gestion lui permet aussi de surmonter les obstacles, savoir régler les problèmes, intervenir quand il le faut voire réagir avec perspicacité face aux situations indésirables.

Une autre différence distingue les entrepreneurs capables dans leurs comportements et leurs actions de développer des compétences sociales et relationnelles des autres créateurs d'entreprise.

Conclusion

Le questionnaire et les différents entretiens réalisés lors de notre enquête, nous ont permis de tirer des conclusions sur le thème ou la question de : l'insertion des diplômés de l'enseignement supérieur par l'entrepreneuriat.

Nous avons déduit de l'étude de nos entretiens que nombreux sont les facteurs qui influencent la décision ou l'action d'entreprendre. En effet, l'entrepreneur peut être influencé par des motivations de type « pull » (expérience professionnelle, innovation, rencontre d'un nouvel associé, découverte d'un nouveau marché, relations professionnelles ou familiales, volonté d'être son propre patron, politiques d'aide à la création...). Comme il peut être influencé par des motivations de type « push » (chômage, perte d'emploi, travail insatisfait...).

D'autres variables sociologiques influent la décision d'entreprendre. En premier lieu : la famille (un entrepreneur issu d'une famille d'entrepreneurs bénéficiera de l'expérience de celle-ci et pourra compter sur le financement familial), le milieu professionnel (valorisation de l'expérience acquise), le milieu socioculturel (relations sociales, croyances religieuses).

Afin d'atteindre les objectifs fixés, l'entrepreneur doit savoir intervenir même dans des circonstances défavorables (manque de financement, manque de conseils et d'orientations, mains d'œuvre insuffisantes et/ou non qualifiées, manque de matière première...).

De nombreux éléments sont nécessaires pour la réussite de la création d'entreprise. L'un des plus importants est la qualification à l'entrepreneuriat, toute personne motivée a besoin de qualifications afin d'identifier les opportunités. Dans ce sens, la formation universitaire joue un rôle important. Pour certains entrepreneurs, la détection d'opportunité est née de leur spécialité d'étude (71,90% des créateurs sont influencés par les études suivies) malgré l'absence de la formation en entrepreneuriat à l'université (un taux de près de 86% ont estimé nécessaire une formation en entrepreneuriat durant le cursus universitaire). Le type d'étude choisi peut contribuer à créer et à développer des aptitudes entrepreneuriales chez les diplômés de l'enseignement supérieur. La formation universitaire constitue donc un atout pour les créateurs. D'autres, ont suivi une formation en entrepreneuriat hors université, pour acquérir les compétences nécessaires à la concrétisation de leurs idées.

A partir de notre enquête de terrain, nous avons pu découvrir aussi que dans l'ensemble les créateurs passent par les trois principales phases du processus entrepreneurial (phase de déclenchement, phase d'engagement et phase de survie). Par contre ces dernières sont parcourues de plusieurs manières.

- La phase de déclenchement : c'est l'étape qui signifie le début d'un processus entrepreneurial et c'est celle qui compte le plus parce que c'est là où le créateur

transforme son idée en une vraie opportunité en montrant sa volonté et ses capacités.

- La phase d'engagement : le créateur à cette étape est en plein de son processus entrepreneurial, il entame enfin sa création et il prouve son existence.
- La phase de survie : la majorité des créateurs ne se rendent pas compte de l'importance de cette phase. Une fois la création a eu lieu l'entrepreneur doit doubler ses efforts afin de garantir la longévité de son entreprise.

Au regard des résultats de notre recherche empirique, nous avons constaté que les diplômés du supérieur, notamment ceux de l'université de Tizi-Ouzou disposent de capacités nécessaires pour mener des projets entrepreneuriaux. En dépit de cela, ces capacités ne sont pas développées.

Conclusion générale

Notre thématique de recherche est d'une grande importance. Nous avons essayé d'apporter un éclairage sur l'Entrepreneuriat des diplômés de l'Enseignement Supérieur. Nous avons mis l'accent dans un premier temps sur la dynamique et la complexité du processus entrepreneurial, nous avons déduit que nous ne pouvons pas nous limiter à une définition fondée sur une seule dimension. Dans ce sens, nous avons opté pour la classification proposée par FAYOLLE et VERSTRAETE (2005) selon quatre courants de pensées « le paradigme de l'opportunité d'affaire, de la création de valeur, de la création d'organisation et de l'innovation ».

Nous avons accordé un intérêt particulier au principal acteur de l'entrepreneuriat : l'entrepreneur, en analysant sa typologie et ses motivations... Pour nous intéresser par la suite à l'étude de l'approche processuelle dans le but d'analyser le processus entrepreneurial et les éléments qui favorisent ou qui inhibent la détection d'opportunité et de l'acte entrepreneurial.

La conception du rôle de l'entrepreneur évolue avec le temps, selon les changements socio-économiques. En Algérie, avec l'avènement de l'économie de marché, face à la difficulté de redresser le secteur public et face à la montée du chômage, les pouvoirs publics ont tenté d'orienter leurs actions en faveur du développement de l'entrepreneuriat et la création d'entreprise. Ce qui s'est concrétisé par la mise en place des dispositifs de soutien à l'entrepreneuriat (ANSEJ, ANGEM, CNAC, ANDI...).

Un faible pourcentage d'étudiants considère la création d'entreprise comme objectif immédiat pendant ou juste à la fin de leurs études. Cette réalité du terrain nous a aidé à construire notre objet d'étude. Ce dernier a pour objet de mesurer l'impact des facteurs endogènes et exogènes sur la décision d'entreprendre des diplômés de l'Enseignement Supérieur tout en analysant leur processus entrepreneurial.

Nous avons constaté à travers les résultats obtenus que la décision d'entreprendre n'est pas liée exclusivement aux traits de personnalité de l'entrepreneur, mais elle est aussi déterminée par le contexte qui l'entourne. En effet, les motivations entrepreneuriales des diplômés du supérieur sont diverses et multiples. Ils sont, conditionnés par des facteurs contextuels notamment leur cursus universitaire. Les universités en procurant des

Conclusion générale

enseignements en entrepreneuriat, offrent plus de perspectives aux étudiants qui envisagent l'entrepreneuriat comme carrière professionnelle.

Dans la tentative d'analyser la complexité du processus entrepreneurial des créateurs, nous avons déduit que la création d'entreprise se présente comme une construction cohérente d'activités inscrite dans une perspective temporelle. BARON (2007) et BRUYAT (1993) indiquent que le processus se déroule dans un laps de temps plus ou moins long et qu'il peut suivre une grande diversité de trajectoires.

Le système universitaire joue un rôle primordial dans la création et la diffusion de la culture entrepreneuriale (JANSEN, F 2016). La relation entre l'éducation et la création d'entreprise reste ambiguë. Des études récentes ont montré que les individus possédant un niveau d'éducation faible ont les plus fortes probabilités d'exercer une activité indépendante. En contre partie, un niveau d'éducation plus élevé offre un accès plus facile à un emploi salarial (CAPRON, H 2009). A la lumière de ces études, nous pouvons poser la question suivante : Comment dynamiser la création d'entreprise par les diplômés ?

L'entrepreneuriat peut constituer une voie d'insertion pour de nombreux étudiants. En effet, pour la réussite d'une éducation entrepreneuriale VZRZAT (2009) met en avant quatre actions :

- Sensibiliser : afin de développer les motivations, et ce à travers des conférences, des cours sur l'entrepreneuriat...
- Prédiposer : dans le but de développer l'esprit d'entreprendre, et ce à travers des études de cas, l'organisation des projets en équipe...
- Former : pour développer les compétences entrepreneuriales spécifiques pour créer une entreprise, à travers la réalisation de busines plans...
- Incuber : accompagner le lancement de nouvelles entreprises pour une meilleure réussite.

Bibliographie

- **Ouvrages**

- CAPRON, H. (2009). *Entrepreneuriat et création d'entreprise*, facteurs déterminants de l'esprit d'entreprise, Editions De Boeck Bruxelles ;
- CASSON, M. (1991). *L'entrepreneur*, Paris, Economica ;
- FAYOLLE, A, DEGEORGE, J-M. (2012). *Dynamique Entrepreneuriale : Le comportement de l'entrepreneur*, Editions De Boeck Bruxelles ;
- HERNANDEZ, E. (1999). *Le processus entrepreneurial, vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat*, Editions l'Harmattan, Paris ;
- HERNANDEZ, E-M, MARCO, L. (2006). *Entrepreneur et décision, de l'intention à l'acte* Editions ESKA ;
- JANSSEN, F. (2009). *Entreprendre, une introduction à l'entrepreneuriat*, de Boeck (1^{ère} édition) ;
- JANSSEN, F. (2016). *Entreprendre, une introduction à l'entrepreneuriat*, de Boeck (2^{ème} édition) ;
- KIZABA, G. 2008. *Entrepreneuriat & accompagnement : Outils, actions et paradigmes nouveaux*, l'Harmattan, Paris ;
- LEGER-JARNIOU, C. (2013). *Le grand livre de l'entrepreneuriat*, Editions DUNOD, Paris ;
- MAHIOU, A, HENRY, J-R. *Où va l'Algérie ?* 2002, Edition Karthala ;
- MESSEGHEM, K, SAMMUT, S. (2011). *L'entrepreneuriat*- Editions EMS ;
- PAGNON-MAUDET, C. (1998). *La création et la reprise d'une entreprise hôtelière et touristique*, édition MAME ;
- MONGEAU, P. (2008). *Réaliser son mémoire ou sa thèse*, Presses de l'Université du Québec.
- SURLEMONT, B, KEARNEY, P. (2009). *Pédagogie et esprit d'entreprendre*, Editions De Boeck Université -Bruxelles ;
- VERSTRAETE, T. (2000). *Histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat*, Editions EMS ;
- VERSTRAETE, T. et B. SAPORTA, (2006). *Création d'entreprise et Entrepreneuriat*, Editions de l'ADREG ;

Bibliographie

- **Articles de revues :**

-AKNINE SOUIDI.R, FERFERA. M.Y. (2014). *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 ;

-BELATTAF, M, NASROUN, N, (2013). *Entrepreneuriat et création d'entreprises. Facteurs déterminant l'esprit d'entreprise : cas de Bejaïa*, La Responsabilité sociale des entreprises et les PME N° 14 - Janvier-Juin 2013 ;

-BENREDJEM, R. (2009). *L'intention entrepreneuriale : l'influence des facteurs liés à l'individu et au milieu*, Université Pierre Mendès France ; cahier de recherche 2009- 21 E4 ;

-BOISSIN, J-P, BRANCHET, B, BENREDJEM, R, SCHAPER, J. (2009). *Comparaison des intentions entrepreneuriales des étudiants : France-pays Arabes*, université Pierre Mendès France, cahier de recherche numéro 2009-30 E4 ;

-BOUYACOUB, Ahmed. (1997). *L'économie algérienne et le programme d'ajustement structurel*. Consulter le 27/04/2020.

-CHAMBARD, O. (2014). *L'éducation des étudiants à l'esprit d'entreprendre : entre promotion d'une idéologie de l'entreprise et ouverture de perspectives émancipatrices*, Formation emploi, 127 (juillet-septembre 2014), Pèle mêle ;

-DOUBA, G. *L'entrepreneuriat : de l'esprit d'entreprise à l'esprit d'entreprendre*, Université de Rouen, avenue Pasteur 76186 – ROUEN Cedex ;

-ELBACHIR, S, CHENINI, A. *Partenariat université-entrepreneuriat : un sujet d'actualité en Algérie* Université de Mascara Algérie, PME, recherche et innovation ;

-EL GHOUL, A, HAMROUNI, A. (2017). *L'enseignement de l'entrepreneuriat en Tunisie*, université de Tunis el Manar ; International Conference on Business, Economics, Marketing & Management Research (BEMM-2017), Sousse, Tunisia ;

-ELOUAZZANI ECH CHAHDI, KH, KOUBAA, S, YASSINE, S. (2014). *L'enseignement de l'entrepreneuriat dans l'université*, Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME ;

-FAYOLLE, A. (1999). *L'enseignement de l'entrepreneuriat dans les universités françaises : analyse de l'existant et propositions pour en faciliter le développement*, Rapport MENRT, E.M. LYON ;

-GABARRET, I, VEDEL, B, ETZOL, p. (2016) *Quelles valeurs se cachent derrière la motivation des jeunes étudiants-entrepreneurs*, revue [Gestion 2000 2016/2-3 \(Volume 33\)](#), pages 233 à 253,

Bibliographie

- HADRICH, A, (2013). *Les facteurs clés de succès de l'émergence entrepreneuriale (Cas de la région de Sfax)*, Conférence Internationale de Management Stratégique Clermont-Ferrand, 10-12 juin 2013 ;
- HERNANDEZ, E-M. (1995). *L'entrepreneuriat comme processus*, *Revue internationale de la PME*, l'Université du Québec ; Volume 8, Numéro 1 ;
- HERNANDEZ, E-M. (2006). *Les trois dimensions de la décision d'entreprendre* ; *Revue française de gestion* – N° 168-169/2006 ;
- JACQUEMIN, E, LESAGE, X, RONTEAU, S. *Le comportement de l'entrepreneur : démarche causale, bricolage ou effectuation ?* ESSCA – école de Management LUNAM Université ;
- MAHMOUDI, M, TOUNÉS, A, BOUKRIF, M. *l'intention entrepreneuriale des étudiants tunisiens*, 12ème Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME 29, 30 et 31 Octobre 2014, Agadir ;
- MEZGHANI, L, AFFES, H, ALOULOU, W, AYADI, F, BELLAJ, B, CHOUKIR, J, MESSEDI, S, (2008). *Culture entrepreneuriale*, *Projet Culture Entrepreneuriale et Création d'Entreprise à l'Université de Sfax* ;
- MEZIANE, A. (2014). *L'appui à l'entrepreneuriat en Algérie à partir du dispositif l'ANSEJ*, Université M'Hamed Bougara Boumerdes ;
- NASROUN, N. (2011). *Dynamique entrepreneuriale et déterminants de la création des PME dans la wilaya de Bejaïa*, mémoire de magistère en Sciences de Gestions, Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion Université de A.Mira Bejaïa ;
- OUSSALEM, M.O. (2002). *Entrepreneuriat privé et développement local. Eléments d'analyse à partir du cas de Tizi-Ouzou*, revue *Insaniyat* N° 16 janvier-avril 2002 ;
- SARASVATHY, S. (2012). *Qu'est-ce que l'effectuation?* Adaptation Jean Lepage, lepage.jean@gatineau.ca ©2012
- SEKIOU.A, BOUHALA.A, BOUZIDI.N. (2017). *Entrepreneuriat En Algérie Réalité et Perspective*. JFBE. Consulté le 14/02/2020.
- SILBERZAHN. P. (2013). *Effectuation : Les principes de l'action entrepreneuriale*. hal-01892730 ;
- VERSTRAETE. T, FAYOLLE. A. (2004) *Quatre paradigmes pour cerner le domaine de recherche en entrepreneuriat*, 7^{ème} CIFEPME, Montpellier ;
- ZEMIRLI. R, HAMMACHE, S. (2018). *Le contexte entrepreneurial en Algérie : quelles opportunités et contraintes pour les jeunes entrepreneurs*, UMMTO ; *Revue du Contrôle de la Comptabilité et de l'Audit*, Numéro 5 ;

Bibliographie

- **Thèses et mémoires**

-ACHOUR TANI, Y. (2013). *Analyse de la politique économique algérienne*. Thèse de Doctorat en Sciences Economiques. Université de Paris 1 ;

-ARAB, D, DJERADA, K. *L'entrepreneur et les motivations de création d'entreprise : cas de la commune de Bejaia*, Mémoire de Master Spécialité Entrepreneuriat, Faculté des Sciences Économiques, Commerciales et des Sciences de Gestion. Université Abderrahmane Mira de Bejaia ;

-BERBER, N. (2014). *L'entrepreneuriat en Algérie*. Mémoire de Magistère en Management, Université d'Oran ;

-BOUGHANEM, F. (2008). *L'entrepreneuriat féminin et son accompagnement : cas de l'accompagnement par l'ANSEJ des femmes entrepreneures de la wilaya de Tizi-Ouzou*. Mémoire de Magister en Sciences de Gestion, faculté des Sciences Economiques de Gestion et des Sciences Commerciales UMMTO ;

-BOURGUIBA, M. (2007). *De l'intention a l'action entrepreneuriale : approche comparative auprès de TPE françaises et tunisiennes*. Thèse de Doctorat ès Nouveau Régime Sciences de Gestion de l'Université de Nancy 2 ;

-BOUSLIKHANE, A (2011). *Enseignement de l'entrepreneuriat : pour un regard paradigmatique autour du processus entrepreneurial*. Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Ecole Doctorale Sciences Juridique, Politique, Economique et de Gestion, Université de Nancy 2 ;

-CHARTIER, M. (2002). *Facteurs de stimulation de l'entrepreneur hip en Abitibi-Témiscaminque*, Mémoire, Université du Québec ;

-DIF, A. (2018). *L'accompagnement de l'entrepreneuriat à l'université : de l'intention à l'incubation cas des universités algériennes*, Thèse de Doctorat en Science de Gestion, Université Mohamed Khider Biskra ;

-FIRLAS, M. (2012). *Impact des politiques d'aide à l'entrepreneuriat sur l'émergence d'esprit d'entreprise chez les jeunes : cas ANSEJ de Tizi-Ouzou*. Mémoire de Magister en Sciences de Gestion, UMMTO ;

-HAMOUR, CH. (2019). *Entrepreneuriat des diplômés universitaires dans le cadre du dispositif ANSEJ*. Mémoire de Magister en Sciences de Gestion, UMMTO 2019;

-MARIKO, O. (2013). *L'insertion professionnelle des diplômés de l'enseignement supérieur au Mali : cas de la politique d'aide à l'entrepreneuriat*, Thèse de Doctorat en Sciences Economiques, Université de Grenoble ;

Bibliographie

-MEKHNACHE, S, CHEURFA, S. (2017). *Analyse de l'intention entrepreneuriale des étudiants : cas des étudiants de département sciences de gestion université de Bejaia*, En vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences de Gestion Option : Management économique des territoires en entrepreneuriat ;

-MIRA, R. (2015). *Économie politique de l'industrialisation en Algérie, Analyse institutionnelle en longue période*, Thèse de Doctorat en Sciences Economiques, Université Paris 13 ;

-SALOUM, S-H. (2012). *Etude de processus entrepreneurial : modèle de création d'une PME dans le contexte économique et social marocain*, Université Moulay Ismaël, Mémoire en ligne, Master Finance Audit et Contrôle de Gestion 2012 ;

-TALAHITE, F. (2010). *Réformes et Transformations Économiques en Algérie*, Rapport en vue de l'obtention du diplôme HABILITATION À DIRIGER DES RECHERCHES, Economies et Finances. Université de Paris 13-Nord ;

Bibliographie

- **Textes juridiques**

-Décret exécutif n° 96-296 du Rabie Ethani 1417 correspondant au 8 septembre 1996, portant création et fixant les statuts de l'agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes, JORADP n° 52 du 11 septembre 1996 ;

-Décret exécutif n° 03-290 du 9 Rajab 1424, correspondant au 6 septembre 2003 fixant les conditions et le niveau d'aide apportée aux jeunes promoteurs, JORADP n° 54 du 10 septembre 2003 ;

-Décret exécutif n° 98-200 du 14 Safar 1419, correspondant au 9 juin 1998 portant création et fixant les statuts du fonds de caution mutuelle de garantie risques/crédits jeunes promoteurs, JORADP n° 42 du 14 juin 1998 ;

-Ordonnance n° 96-14 du 8 Safar 1417, correspondant au 24 juin 1996 portant loi de finance complémentaire pour 1996, JORADP, n° 35 du 26 juin 1996.

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche
Scientifique

Université Mouloud MAMMARI de Tizi-Ouzou
Enquête sur l'insertion des diplômés par l'entrepreneuriat
Cas de l'université de Tizi-Ouzou

QUESTIONNAIRE

Dans le cadre de réalisation d'un mémoire de master en sciences économiques à l'université Mouloud MAMMARI de Tizi-Ouzou, nous vous prions de bien vouloir répondre à ce questionnaire. Nous tenons à vous informer que la présente étude revêt un caractère purement scientifique, et l'anonymat de l'entreprise et l'entrepreneur sera sauvegardé.

Mettez une croix dans la case appropriée ou remplissez les espaces ci-joint, certaines questions admettent plusieurs possibilités de réponses.

➤ **Renseignements sur l'étudiant et sa formation universitaire :**

1. Nom : Prénom :

2. Sexe : Féminin Masculin

3. Spécialité d'étude :

4. Niveau d'étude :

5. Avez-vous suivi des enseignements en entrepreneuriat ou en création d'entreprise?

Oui Non

Si oui, lesquels?

6. Avez-vous suivi des enseignements d'entrepreneuriat hors université?

Oui Non

Si oui, où les avez-vous suivis?

7. Avez-vous tiré l'idée de votre projet dans les enseignements que vous avez suivis?

Oui Non

Si oui, laquelle?

8. Votre université a-t-elle organisé des conférences, des colloques sur entrepreneuriat?

Oui Non

Y avez-vous participé?

Oui Non

9. Une formation en entrepreneuriat vous paraît-elle nécessaire dans votre cursus universitaire?

- Oui Non

➤ *Renseignements sur les motivations de l'entrepreneur :*

1. Les études que vous avez suivies ont-elles eu une influence sur votre intention d'entreprendre?

- Oui Non

2. Avez-vous déjà travaillé dans le même secteur d'activité avant de lancer votre entreprise?

- Oui Non

3. Votre expérience professionnelle a-t-elle influencé votre décision de lancer votre propre entreprise?

- Oui Non

4. Pensez-vous que vous avez été influencé par vos parents?

- Oui Non

5. Comment est venue l'idée de créer votre entreprise?

- Relations professionnelles
 Connaissance d'un projet semblable
 Relations personnelles et familiales
 Reprise de l'affaire familiale
 Expérience professionnelle dans le domaine
 Innovation d'un nouveau procédé ou d'un nouveau produit
 Autres, précisez.....

6. L'idée de créer une entreprise vous est-elle venue d'une longue réflexion ou a-t-elle été spontanée?

.....

7. Selon vous, qu'est-ce qui a déclenché le processus de création de votre entreprise?

- Les politiques d'aide à la création d'entreprise
 Disponibilité de ressources financières à investir
 Travail insatisfaisant
 Opportunité d'affaire à saisir
 Perte d'emploi
 Disponibilité de la main d'œuvre
 Volonté d'être son propre patron
 Autres, précisez.....

8. Comment votre environnement a-t-il influé sur votre création?

- Disponibilité d'infrastructures développées
 Proximité d'autres activités
 Secteur d'activité vierge
 Avantages fiscaux
 Autres, précisez.....

➤ **Renseignements sur les freins des entrepreneurs :**

1. Selon vous, quel est le principal obstacle pour quelqu'un qui veut créer une entreprise?

- Le financement
- Le manque de conseils et d'orientations
- La main-d'œuvre insuffisante ou non qualifiée
- Le manque de matières premières
- Les coûts de transport
- Autre, précisez.....

2. Votre région favorise-t-elle la création d'entreprise et l'entrepreneuriat?

- Oui
- Non

3. La création d'entreprise vous paraît-elle risquée?

- Oui
- Non

4. Les membres de votre entourage ont-ils influencé négativement votre idée d'entreprendre?

- Oui
- Non

5. L'accès à la matière première est-il important à vos yeux ?

- Oui
- Non

6. Votre réseau (amis, collègues, familles...) est-il important pour vous ?

- Oui
- Non

7. La difficulté d'avoir le capital de démarrage a-t-il été un problème dans la création de votre entreprise ?

- Oui
- Non

8. Quelles sont les autres difficultés rencontrées?

Précisez

➤ **Renseignements sur l'entreprise :**

1. Quel est le secteur d'activité de votre entreprise?

.....

2. Quel est l'effectif de votre entreprise?

A la création Actuellement

3. Quel est le statut de votre entreprise?

- Nouvelle création
- Reprise d'une entreprise familiale

4. Quelle est votre position dans l'entreprise?

- Propriétaire
- Gérant

5. Quelle est la forme juridique de votre entreprise?

Personne physique

SARL

SNC

EURL

SPA

Autres, précisez.....

6. Quelle est la structure de financement initiale de votre projet?

Epargne personnelle (autofinancement)

Emprunts bancaires

Capitaux familiaux

7. Lequel des organismes ci-dessous vous ont aidé dans la création de votre entreprise?

ANSEJ

ANDI

CNAC

ANGEM

Autres

8. Date de création de votre entreprise?

.....

Est-elle en activité actuellement?

Oui

Non

Nous vous remercions de votre aimable collaboration

Coller votre photo ici

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة العمل والتشغيل والضمان الاجتماعي
الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب



Formulaire d'inscription

Gérant

Je, soussigné (e)

Nom : _____ Prénom : _____
Sexe : Homme Femme Nom de jeune fille : _____
Fils(le) de : _____ Et de _____
Date de naissance : _____ N° acte de naissance : _____
Commune de naissance : _____ Wilaya de naissance : _____
Adresse personnelle actuelle : _____ Commune : _____
Wilaya : _____ Email : _____ Tél : _____ Numéro carte ANEM : _____
Qualification ou diplômes : universitaire formation professionnelle Autres _____
intitulé du diplôme ou de la qualification : _____
Siege sociale s'il y a lieu : _____ Commune : _____ Wilaya : _____

Sollicite les aides financières et les avantages fiscaux accordés par le dispositif ANSEJ pour la réalisation de l'activité :

dans le cadre d'un mode de financement : Triangulaire : Mixte :

Aides financières demandées :

PNR classique :
PNR Loyer : PNR Véhicule atelier : PNR Cabinets groupés :



Déclare sur l'honneur :

- N'exercer aucune activité salariée ou non salariée lors du dépôt de mon dossier au niveau de l'agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes.
- Ne pas être inscrit au niveau des centres de formation ou institut ou université lors du dépôt du dossier.
- N'avoir jamais bénéficié d'une aide de l'Etat au titre de la création d'activité.
- Etre inscrit à l'ANEM (Carte en cours de validité).

Nom et Prénom du gérant.....
Signature

Toutes fausses déclarations entraînent l'annulation de l'inscription de l'intéressé avec possibilité de poursuites judiciaires selon l'article 223 du code pénal.

Tableau Récapitulatif des équipements et services demandés (à détailler en annexe)

A renseigner par le gérant

Désignation	Montant total TTC
Equipements	
Matériel roulant (s'il y a lieu)+Taxe véhicule incluse	
Assurances multirisques (équipements)	
Assurances tous risques (matériel roulant)	
Aménagements (s'il y a lieu)	
Fonds de roulement (TTC)	

Espace réservé à l'ANSEJ

Antenne/Annexe : _____ Carte d'identité nationale n° : _____
Etablie le : par
N° Sieje V3: Nom et signature de l'accompagnateur _____ Date de dépôt : _____

NB : - Lors du dépôt du présent formulaire, se munir de la carte nationale d'identité .

Annexe

Coller votre photo ici

Formulaire d'inscription

Associé

Je, soussigné (e)

Nom : _____ Prénom : _____
Sexe: Homme Femme Nom de jeune fille : _____
Fils(le) de : _____ Et de _____
Date de naissance : _____ N° acte de naissance : _____
Commune de naissance : _____ Wilaya de naissance : _____
Adresse personnelle actuelle : _____ Commune : _____
Wilaya : _____ Email : _____ Tél : _____ Numéro carte ANEM: _____
Qualification ou diplômes : universitaire formation professionnelle Autres
intitulé du diplôme ou de la qualification: _____

Déclare sur l'honneur :

- N'exercer aucune activité salariée ou non salariée lors du dépôt de mon dossier au niveau de l'agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes.
- Ne pas être inscrit au niveau des centres de formation ou institut ou université lors du dépôt du dossier.
- N'avoir jamais bénéficié d'une aide de l'Etat au titre de la création d'activité.
- Etre inscrit à l'ANEM.

Nom et prénoms du déclarant
Signature

Toutes fausses déclarations entraînent l'annulation de l'inscription de l'intéressé avec possibilité de poursuites judiciaires selon l'article 223 du code pénal.

Espace réservé à l'ANSEJ

Antenne/Annexe :

Carte d'identité nationale n° :

Etablie le : par

N° Sieje V3:.....

Nom et signature de l'accompagnateur

Date de dépôt :

NB : - Lors du dépôt du présent formulaire, se munir de la carte nationale d'identité .

Annexe

Espace réservé à l'ANSEJ

N° Sieje V3	Nom et signature de l'accompagnateur	Date de dépôt :
-------------	--------------------------------------	-----------------

Devis d'aménagement

A renseigner par le gérant

N°	Description	Montant TTC

Nom et prénom du gérant.....
Signature

Annexe

Espace réservé à l'ANSEJ

N° Sieje V3

Nom et signature de l'accompagnateur

Date de dépôt :

Liste des équipements et services demandés :

A renseigner par le gérant

Fournisseurs :

N°	Désignation de l'équipement	Quantité	Prix unitaire TTC	Prix total TTC

Nom et prénom du gérant

Signature

Listes des figures

Figure 01 : La stratégie de l'effectuation	33
Figure 02 : Le cycle effectual.....	34
Figure 03 : L'organisation générale de l'ANSEJ	45
Figure 04 : L'organisation de la Maison de l'Entrepreneuriat	61
Figure 05 : Les actions de la Maison de l'Entrepreneuriat à l'Université	63
Figure 06 : Les actions de la Maison de l'Entrepreneuriat à l'extérieur de l'Université.....	63
Figure 07 : La représentation des formations de la Maison de l'Entrepreneuriat	64
Figure 08 : Le profil par sexe	75
Figure 09 : La création par niveau d'étude	75
Figure 10 : Formation en entrepreneuriat.....	76
Figure 11 : Formation en entrepreneuriat hors-université	77
Figure 12 : L'idée de la création est née de la formation suivie	77
Figure 13 : L'organisation des colloques et conférences par l'université.....	78
Figure 14 : La participation des étudiants aux colloques et conférences.....	78
Figure 15 : La nécessité de la formation en entrepreneuriat dans le cursus universitaire	79
Figure 16 : L'influence des études suivies sur l'intention d'entreprendre	79
Figure 17 : Une expérience professionnelle dans le domaine avant la création.....	80
Figure 18 : L'expérience professionnelle influence la décision d'entreprendre	80
Figure 19 : La source de l'idée de création	80
Figure 20 : L'influence la famille	81
Figure 21 : La durée de la réflexion à l'idée	82
Figure 22 : Motivations des jeunes entrepreneures à la création d'entreprise	82
Figure 23 : L'influence de l'environnement	83
Figure 24 : Les difficultés rencontrées	84
Figure 25 : Région favorable pour la création d'entreprise.....	84
Figure 26 : Le niveau de risque perçu	85

Listes des figures

Figure 27 : L'influence de l'entourage	85
Figure 28 : L'importance de l'accès à la matière première.....	86
Figure 29 : L'importance du réseau	86
Figure 30 : Les contraintes liées à la mobilisation du capital de démarrage.....	87
Figure 31 : Les branches d'activités	88
Figure 32 : Le statut de l'entreprise	89
Figure 33 : La position du créateur dans l'entreprise	89
Figure 34 : La forme juridique de l'entreprise	90
Figure 35 : La structure de financement initial de l'entreprise	90
Figure 36 : Organismes qui ont financé les projets.....	91
Figure 37 : Date de création de l'entreprise	92
Figure 38 : L'entreprise est-elle en activité actuellement	92
Figure 39 : Phases du processus entrepreneurial	96

Liste des tableaux

Tableau 01 : Etude comparative entre la logique causale et la logique effectuale	34
Tableau 02 : Les données de la Maison de l'Entrepreneuriat	65
Tableau 03 : Nombre d'entrepreneur de l'échantillon.....	72
Tableau 04 : Evolution de l'emploi	88
Tableau 05 : Détection d'opportunité et choix de la branche d'activité.....	93

Table des matières

Remerciements	3
Liste des abréviations	4
Sommaire	6
Introduction générale	8
<i>Chapitre 1 - Les fondements théoriques de l'entrepreneuriat</i>	
Introduction.....	12
Section 1 - L'entrepreneuriat : concepts et théories.....	13
I- Les définitions l'entrepreneuriat	13
II- Les paradigmes de l'entrepreneuriat	14
II-1- Le paradigme d'opportunité d'affaire.....	14
II-2- Le paradigme de la création d'une organisation	15
II-3- Le paradigme de la création de valeur.....	16
II-4- Le paradigme de l'innovation.....	16
III- L'entrepreneur comme acteur principal de l'entrepreneuriat	18
III-1- Les définitions de l'entrepreneur.....	18
III-2- La typologie des entrepreneurs	18
III-3- Les motivations des entrepreneurs	19
Section 2 - le processus entrepreneurial	23
I- Définitions du concept processus	23
II- La notion du processus dans l'entrepreneuriat	23
III- Origines et modèles du processus entrepreneurial.....	24
III-1- Le comportement entrepreneurial	24
III-2- La notion d'organisation émergente	25
IV- Synthèse des modèles du processus entrepreneurial	28
IV-1- L'idée de création	28
IV-1-1- Les méthodes scientifiques	28

Table des matières

IV-1-2- L'écoute de l'environnement	28
IV-2- La rencontre du créateur et l'idée	29
IV-2-1- Vie professionnelle	29
IV-2-2- Loisirs	29
IV-2-3- Observation de l'environnement	29
IV-3- La maturation de l'idée	29
IV-3-1- L'idée est-elle une vraie opportunité d'affaire.....	29
IV-3-2- La recherche de parties prenantes	29
IV-4- Le démarrage du projet	30
IV-4-1- L'engagement de l'entrepreneur	30
IV-4-2- La naissance de l'entreprise	30
IV-4-3- Les stratégies de nouvelles entreprises.....	31
VI- La logique effectuale	31
VI-1- Les principes de la logique effectuale.....	32
VI-2- La stratégie de l'effectuation	33
Conclusion	35

Chapitre 2 - Les déterminants de l'entrepreneuriat en Algérie

Introduction.....	38
Section 1 - Les réformes économiques engagées face à la crise du secteur public algérien ...	39
I- L'économie algérienne et les deux grandes périodes qui la caractérisent.....	39
I-1- Première période : souveraineté économique et industrialisation.....	39
I-2- Deuxième période : la crise des années quatre-vingt et ses répercussions sur l'économie algérienne.....	40
II- Le lancement de processus de réformes économiques.....	40
II-1- Tentative de réformes autonomes 1986-1991	40
II-2- Programme d'ajustement structurel avec le FMI 1993-1999.....	41
II-3- Tentative de radicalisation des réformes libérales 2001- 2008.....	44

Table des matières

Section 2 - Les politiques de soutien à l'entrepreneuriat en Algérie	45
I- Les dispositifs de soutien à l'entrepreneuriat en Algérie	45
I-1- Le dispositif ANSEJ (Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes).....	45
I-1-1- Présentation de l'ANSEJ.....	45
I-1-2- Les missions de l'ANSEJ	45
I-1-3- L'organisation générale de l'ANSEJ	46
I-1-3-1- Le Conseil d'Orientation	46
I-1-3-2- Le Directeur Général	47
I-1-3-3- Le Comité de Surveillance	47
I-1-4- Les conditions d'éligibilité aux dispositifs de l'ANSEJ	48
I-1-5- Les formules de financement de l'ANSEJ	48
I-1-6- Les aides financières et les avantages fiscaux accordés par l'ANSEJ	49
I-1-7- Les étapes de création d'une entreprise avec l'ANSEJ.....	50
I-1-7-1- Formuler une idée de projet	50
I-1-7-2- L'inscription en ligne	50
I-1-7-3- L'étude du projet	50
I-1-7-4- L'examen du projet par le C.S.V.F.....	51
I-1-7-5- Début de la démarche avec la banque	51
I-1-7-6- La création juridique de l'entreprise	51
I-1-7-7- La notification des aides et avantages.....	51
I-1-7-8- La formation du promoteur.....	51
I-1-7-9- Le financement officiel du projet et l'acquisition du matériel.....	52
I-1-7-10- Entrée en exploitation de l'activité	52
I-2- Le dispositif ANGEM (Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit).....	52
I-2-1- Présentation de l'ANGEM	52
I-2-2- Missions et objectifs de L'ANGEM	53

Table des matières

I-2-3- Le Fonds de Garantie Mutuelle des Micro Crédits (FGMMC)	53
I-2-4- Les modes de financement de l'ANGEM	54
I-2-4-1- Le financement mixte (ANGEM-Promoteur)	54
I-2-4-2- Le financement triangulaire (Banque-ANGEM-Promoteur).....	54
I-2-5- Les mesures fiscales de soutien accordées par l'ANGEM.....	54
I-2-6- Les conditions d'éligibilité au dispositif de soutien de l'ANGEM	55
I-3- Le dispositif CNAC (Caisse Nationale d'Assurance Chômage.....	55
I-3-1- Présentation de la CNAC.....	55
I-3-2- Les missions de la CNAC	55
I-3-2-1- L'indemnisation du chômage	55
I-3-2-2- Les mesures actives	56
I-3-3- Les avantages fiscaux et financiers accordés par la CNAC	56
I-3-3-1- Avantages financiers.....	56
I-3-3-2- Avantages fiscaux	57
I-3-4- Les nouvelles mesures d'application des décisions du conseil des ministres.....	57
I-3-4-1- Abaissement du niveau des fonds propres	57
I-3-4-2- Augmentation du niveau du prêt non rémunéré (PNR).....	57
I-3-4-3- Octroi d'un PNR supplémentaire « véhicule atelier »	57
I-3-4-4- Octroi d'un PNR supplémentaire « location ».....	57
I-3-4-5- Octroi d'un PNR supplémentaire « cabinet groupé »	57
I-3-4-6- L'élargissement de la bonification du taux d'intérêt bancaire.....	58
I-3-4-7- Extension des périodes de différé du remboursement des crédits bancaires et des intérêts	58
I-3-4-8- Réserve d'un minimum de 20% de la commande publique locale aux micro-entreprises.....	58
I-3-4-9- Fiscalisation progressive.....	58
I-3-5- Les conditions d'éligibilité aux dispositifs de soutien de la CNAC.....	59

Table des matières

I-4- Le dispositif ANDI (Agence Nationale de Développement de l'investissement).....	59
I-4-1- Présentation de l'ANDI	59
I-4-2- Les missions de l'ANDI	59
I-4-3- Les avantages fiscaux et financiers accordés par l'ANDI	60
I-4-4- Les organismes complémentaires à l'ANDI	60
I-4-4-1- Le Conseil National de l'Investissement (CNI)	60
I-4-4-2- Le Guichet Unique	60
I-4-4-3- Fond d'Appui à l'Investissement.....	60
II- L'avènement de la Maison de L'Entrepreneuriat : « Le partenariat entre l'ANSEJ et l'université »	61
II-1- Choix du concept « Maison ».....	61
II-2- Définition de la Maison de l'Entrepreneuriat	61
II-3- Organisation de la Maison de l'Entrepreneuriat	61
II-4- Missions et objectifs de la Maison de l'Entrepreneuriat.....	62
II-5- La maison de l'entrepreneuriat comme structure d'accompagnement au sein de l'université.....	62
II-5-1- Mode de fonctionnement de la Maison de l'Entrepreneuriat	62
II-5-2- Les conditions de participation aux formations de la Maison de l'Entrepreneuriat et leur déroulement	65
II-6- Les efforts fournis par la Maison de l'Entrepreneuriat vis-à-vis des difficultés rencontrées	65
Conclusion	67

Table des matières

Chapitre 3 - La création d'entreprise par les diplômés cas de l'Université Mouloud MAMMERRI de Tizi-Ouzou

Introduction.....	69
Section 1 - Méthodologie et organisation de la recherche.....	70
I- Description du processus de l'enquête.....	70
I-1- Présentation de la population mère.....	70
I-2- Présentation de l'environnement de l'enquête.....	70
I-3- L'objet de l'enquête.....	70
II- Le processus de l'échantillonnage.....	71
II-1- Le choix de l'échantillon d'étude.....	71
II-2- Constitution de l'échantillon.....	71
III- Les instruments de l'enquête : questionnaire et entretien.....	71
III-1- Le taux de réponses au questionnaire.....	72
III-2- La structuration du questionnaire.....	73
IV- Le déroulement de l'enquête de terrain et les contraintes rencontrées.....	73
VI- Détermination des procédures d'analyse.....	74
Section 2 - Analyse et interprétation des résultats.....	75
I- Présentation et interprétation des résultats du questionnaire.....	75
I-1- Présentation des profils des entrepreneurs et leurs formations universitaires.....	75
I-1-1- Répartition par sexe.....	75
I-1-2- Le niveau d'étude.....	75
I-1-3- Formation en entrepreneuriat.....	76
I-1-4- Formation en entrepreneuriat suivie hors-université.....	77
I-1-5- L'idée de création est née de la formation suivie.....	78
I-1-6- L'organisation des colloques et conférences par l'université.....	78
I-1-7- Degré de participation des étudiants aux colloques et conférences.....	78

Table des matières

I-1-8- La nécessité de la formation en entrepreneuriat dans le cursus universitaire.....	79
I-2- Présentation des motivations des entrepreneurs	79
I-2-1- L'influence des études suivies sur l'intention d'entreprendre.....	79
I-2-2- L'expérience professionnelle	80
I-2-3- La source de l'idée de création	80
I-2-4- L'influence de la famille (les parents).....	81
I-2-5- La durée de la réflexion à l'idée de création	82
I-2-6- Les motivations à la création d'entreprises des diplômés universitaires.....	82
I-2-7- L'influence de l'environnement.....	83
I-3- Présentation des principaux obstacles des entrepreneurs	84
I-3-1- Les différentes entraves face à l'idée d'entreprendre	84
I-3-2- La région d'implantation favorise-t-elle la création d'entreprise ?.....	84
I-3-3- La création peut-elle être risquée ?.....	85
I-3-4- L'influence de l'entourage	85
I-3-5- L'importance de l'accès à la matière première	86
I-3-6- L'importance du réseau (ou du capital social-relationnel).....	86
I-3-7- Les contraintes liées à la mobilisation du capital de démarrage	87
I-4- Présentation et identification des entreprises créées.....	88
I-4-1- Le secteur (la branche) d'activité.....	88
I-4-2- L'emploi dans les entreprises créées.....	88
I-4-3- Le statut de l'entreprise.....	89
I-4-4- La position du créateur dans l'entreprise.....	89
I-4-5- La forme juridique de l'entreprise	90
I-4-6- La structure de financement initiale de l'entreprise	90
I-4-7- L'organisme qui a financé le projet	91
I-4-8- Date de création de l'entreprise.....	92

Table des matières

I-4-9- L'entreprise est-elle en activité actuellement.....	92
II- Présentation et interprétation des résultats des entretiens	93
II-1- Détection d'opportunité et choix de l'activité (ou de la branche d'activité.....	93
II-1-1- Les points communs	95
II-1-2- Les points de divergence	95
II-2- Détermination et analyse du processus entrepreneurial.....	96
Conclusion	98
Conclusion générale.....	101
Bibliographie	104
Annexes.....	112
Liste des figures et tableaux.....	121
Table des matières.....	125

Résumé

L'entrepreneuriat représente un atout pour le développement d'une économie, grâce à la croissance et la création d'emploi qu'il induit. Cependant, malgré son important potentiel on observe une forte hétérogénéité entre ses acteurs ce qui ne le rend pas accessible à tout le monde.

L'entrepreneuriat des diplômés du supérieur s'impose peu à peu, suscitant l'intégration de l'université comme acteur principal.

La détection d'opportunités signifie le début d'un processus entrepreneurial pour de nombreux créateurs. Il s'agit dans ce travail, de comprendre comment elles sont détectées par les diplômés de l'enseignement supérieur de l'UMMTO et comment elles sont transformées en projet entrepreneurial. Si la mission des universités s'est longtemps centrée autour de l'enseignement, elle doit maintenant s'élargir pour intégrer la culture entrepreneuriale dans le milieu universitaire afin de dynamiser la création d'entreprise par les diplômés du supérieur.

Mots clés : entrepreneuriat, diplômés de l'enseignement supérieur, opportunité, université.

Abstract

Entrepreneurship is a strong asset for the development of an economy, thanks to the growth and jobs it brings. However, despite its great potential, there is a strong heterogeneity between its actors, which makes it not accessible to everyone.

The entrepreneurship of higher education graduates imposes itself little by little, prompting the integration of the university as a main actor.

Identifying an opportunity means the start of an entrepreneurial process for many creators. In this work, the aim is to understand how the latter is detected by graduates of higher education and how it is transformed into an entrepreneurial project. While the mission of universities has long been centered around education, it must now broaden to integrate entrepreneurial culture into academia in order to boost business creation by higher education graduates.

Keywords: entrepreneurship, higher education graduates, opportunity, university.