UNIVERSITE D'ORAN2 Ahmed BENAHMED
Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de

Mémoire

Pour l'obtention du diplôme de

Magister en Management

Portant **LES DISPOSITIFS INSTITUTIONNELS DE LA CREATION D'ENTREPRISE : Cas ANSEJ** ***sur :***

Présentée par : Mlle BENSLIMANE HASNAA

Sous la direction de : M. TAHARI Khaled, professeur, université d'ORAN

Dédicace :

Je dédie ce présent travail à la mémoire de mon grand-père « Ba », et celle de mon oncle « Docteur Zemali », paix à leurs âmes.

Remerciement :

J'adresse mes remerciements aux personnes qui m'ont aidé dans la réalisation de ce mémoire.

En premier lieu, je remercie l'université d'ORAN, les professeurs qui veillent à notre formation en particulier mon directeur de recherche, M.Tahari, ainsi que l'équipe de la post-graduation à leur tête M.fekih et Madame Khalfoune, l'équipe de l'ANSEJ qui fut très collaboratives.

Je remercie aussi ma famille et mes amis qui ont toujours cru en moi.

Et je tiens à remercier particulièrement mon oncle pour son énorme soutien.

SOMMAIRE

INTRODUCTION

PREMIÈRE PARTIE : CADRE THEORIQUE

Chapitre I : L'entrepreneuriat : un état d'esprit qui devient entreprise

Section 1 : l'esprit d'entreprise

Section 2 :l'entrepreneur

Section 3 : la création d'entreprise

Chapitre II : La création d'entreprise dans un cadre institutionnel

Section 1 : les théories économiques traitant la C/E dans le cadre institutionnel

Section 2 :L'accompagnement à la création d'entreprise

Section 3 : les dispositifs institutionnels d'aide à la C/E en Algérie

DEUXIÈME PARTIE : CADRE PRATIQUE

Chapitre III: Evaluation du dispositif institutionnel de l'ANSEJ

Section1 : présentation de l'ANSEJ

Section 2 : évaluation statistique des activités de l'ANSEJ

Section 3 : évaluation dispositif de l'ANSEJ (présentation de l'enquête)

CONCLUSION GENERALE

Introduction générale

A l'ère dite de la « Nouvelle Economie », le rôle de l'entrepreneuriat a totalement changé au cours des dernières décennies. Devenu garant de la rationalité économique, de l'innovation et du progrès, l'entrepreneuriat suscite un intérêt particulier chez les chercheurs en économie et les acteurs économiques et sociaux économiques.

En s'imposant comme moteur et acteur du développement économique et social, ce phénomène relativement nouveau, représente un domaine tellement complexe et hétérogène qu'il ne peut se limiter à une seule définition. Ainsi pour nous familiariser avec ce dernier, trois champs de recherche sont généralement abordés : l'esprit d'entreprendre (entrepreneuriatship), la création d'entreprise et l'entrepreneur lui-même.

L'esprit d'entreprendre est la clé de l'entrepreneuriat et l'élément déclencheur de ce processus, en effet cet état d'esprit, nourrie par la vision et la motivation, représente la capacité d'un individu ou d'un groupe social à prendre des risques pour s'engager dans une sorte d'aventure « entreprise » ayant pour but d'innover, d'apporter une valeur ajouter ou un changement ; il faut souligner que cet esprit peut être présent dans bien des organisations : un chef de clinique, un directeur d'équipe de recherche, un responsable d'association… etc. puisque la proportion de risque personnel, d'innovation et d'organisation est très variable selon les cas.

C'est de cette manière que l'entrepreneur, acteur principal du processus entrepreneurial, est défini comme étant un individu imaginatif, caractérisé par une capacité à fixer et à atteindre des objectifs, par ailleurs cet individu se doit de maintenir un niveau élevé de sensibilité en vue de déceler dans son environnement l'opportunité d'affaire qui sera exploitée en vue de crée de la valeur ;

L'association des deux éléments précédents (l'entrepreneur et l'esprit d'entreprise) engendrent, généralement, **la création d'entreprise** ou d'activités, appelé aussi l'acte entrepreneurial, ce dernier suscite depuis quelques années un intérêt grandissant, par sa contribution au processus de la croissance économique, en renouvelant continuellement le tissu

économique, stimulant le progrès technique, et surtout en apportant la satisfaction au marché par les effets induis par la concurrence.

Aussi, l'acte entrepreneurial, représente une source de création d'emplois, certains individus perçoivent dans la création d'entreprise une possibilité de réinsertion professionnelle et sociale, une manière de maitriser son destin, de s'accomplir et satisfaire un besoin d'autonomie et d'indépendance. Cet acte est un processus allant de l'idée du projet à sa concrétisation en passant par la prise en compte des données relatives au marché, aux moyens à mettre en œuvre, à la règlementation et au financement…etc.

À cet effet nous pouvons dire que le chemin à parcourir avant de concrétisation du projet est long et complexe, ce qui peut démotiver l'entrepreneur et affecter son esprit entrepreneurial, le désarçonnant ainsi face à un environnement plein d'incertitude, de discontinuité, et de risques permanant, l'entrepreneur n'est donc pas à l'abri du découragement pouvant le mener à l'abondant de son projet.

Cette situation donne naissance aux structures d'appui pour la création d'entreprise qui étaient quasiment inexistantes au début des années 80 et qui ne cessent de se développer depuis ; ces derniers rassemblent un grand nombre d'acteurs et de missions variées.

En Algérie, l'incitation à la création d'entreprise est devenue une des priorités de l'Etat, avec une économie basée sur les rentes de pétroles et de gaz, il était nécessaire de trouver un moyen de substitution pour renouveler le tissu économique.

En se basant sur la promotion de l'emploi par le biais de la création d'activité multiples, la politique adoptée par le gouvernement est une approche mettant les éventuels entrepreneurs sous tutelle des opérateurs économiques, bénéficiant ainsi des dispositifs de soutiens et d'aide nécessaires ;

l'Etat a donc crée des organismes, comme la CNAC, l'ANGEM, l'ANDI, et l'ANSEJ pour chapeauter l'opération de mise en place de ces dispositifs de financement, de soutien et d'accompagnement à la création d'entreprise ; chaque organisme à ses spécificités, ses missions mais surtout une catégorie de promoteurs définie à prendre en charge, pour notre présente recherche nous nous intéresserons à l'ANSEJ, ayant plus de 70% de la population algérienne sous sa tutelle, l'agence

nationale de soutien à l'emploi de jeune propose un dispositif de plusieurs phases mobilisant un comité de sélection, de validation et de financement, afin d'évaluer les exigences du projet et les compétences du promoteur à concrétiser ce dernier. Phrase trop longue

*Présentée ainsi, la création d'entreprise est sensée devenir plus simple, or malgré les systèmes d'accompagnement et les structures d'appuis mis en place, on constate une certaine difficulté et lenteur dans la réalisation des projet, en effet, selon un rapport du « doingbuisness », l'Algérie serait classée à la 152eme position sur 185 pays en ce qui concerne la facilité d'y faire des affaires, a cet effet, c'est à partir de ce paradoxe claire, nécessitant une clarification que se ?**sont les facteurs d'efficacités et les facteurs de blocage du dispositifs institutionnel de l'ANSEJ »***
ponctuation

Est-ce un problème de mis en application, un problème d'environnement dans lequel est mis en œuvre ce dispositif ?

Nous procéderons au traitement de la question, en adaptant une approche d'évaluation, effectivement, il est primordial d'évaluer le dispositif de soutien mis en place par l'organisme choisi, cette évaluation s'étendra depuis la création de l'ANSEJ à décembre 2014, le choix d'un champ temporel aussi large est capital pour **comprendre** ce phénomène, analyser son **évolution** dans le temps, afin de **diagnostiquer** ses points forts et ses points faibles qui ralentissent et découragent parfois les jeunes entrepreneurs, cette étude sera établit dans 4 villes, de manière à avoir une vision globale des quatre coins du pays, ORAN pour l'ouest, GUELMA pour l'est, ALGER pour le centre et ADRAR pour le sud, ce travail sera basé sur des questionnaires et des entretiens ciblant les parties prenantes du dispositif (banques, ANSEJ, promoteurs…), cette approche cherche à construire une vision globale et croisée afin de clarifier la contradiction citée ci-dessus ; un cadre théorique appuiera cette dernière, dans un premier temps il sera question d'une revue de littérature sur l'entrepreneuriat, du simple fait qu'il représente le noyau de la recherche, pour basculer ensuite, dans l'étude de la création de l'entreprise dans un cadre institutionnel ; il s'agit la de mettre le point sur l'action collective qui influe sur l'action individuelle, en effet la création d'entreprise est classée sous pressions institutionnaliste, selon **BAUMOL** l'offre d'entrepreneurs et la nature de leur motivation ne se modifient pas au cours du temps, cette offre est constante, contrairement au cadre institutionnel dans lequel les entrepreneurs opèrent et évoluent, c'est-à-

dire les règles du jeu qui déterminent leur contribution productives à l'activité économique, ainsi les institutions pourraient influencer l'affectation de l'entrepreneuriat de manière plus efficace qu'en tentant d'agir directement sur l'offre.

Par ailleurs, le regroupement et la concentration des parties prenantes autour de la création d'entreprise, est rattachée à une représentation collective faisant accord sur la façon de concevoir l'entreprise au sens dynamique du terme.

A cet effet, notre présent travail s'articulera sur deux grandes parties, l'une se voudra théorique et la deuxième sera une étude pratique, la première partie regroupera deux chapitres, nous commencerons par étudier l'entrepreneuriat à partir de ses éléments fondamentaux, l'esprit d'entreprise, l'entrepreneur et la création d'entreprise qui constitueront les trois sections du chapitre, le deuxième quant à lui débutera par les théories influant sur la création d'entreprise dans un contexte d'aide, pour basculer vers l'accompagnement qui est l'élément phare de la création d'entreprise dans un cadre institutionnel, nous finirons ce chapitre par la présentation des différents dispositifs d'aides à la création d'entreprise présent en Algérie.

La partie pratique sera répartie en trois sections, la première présentera une biographie de l'organisme étudié (ANSEJ), la deuxième section évaluera statistiquement les activités de ce dernier, et enfin nous présenterons notre étude de terrain cité précédemment.

Tout ceci, a pour but d'évaluer le dispositif, pour une meilleure évolution de la création de l'entreprise et de l'entrepreneuriat.

Partie I

Cadre théorique

CHAPITRE 1

L’entrepreneuriat « un état d’esprit qui devient entreprise »

L'entrepreneuriat par sa complexité est un phénomène multiple qui intéresse plusieurs disciplines de la communauté scientifique, le définir est loin d'être une chose aisée, vu que ce dernier divise plus qu'il ne réunit, **ANDERSON** affirme l'impossibilité de s'accorder sur une définition précise de l'entrepreneuriat.

A cet effet, nous allons reprendre la démarche de FAYOLLE pour définir cette discipline complexe et hétérogène, une démarche qui consiste à classifier les différentes définitions données selon 4 courants de pensées ou paradigmes[1]

a- **Le paradigme de l'opportunité d'affaire : (SHANE et VENKARTARMAN 2000)**

Ce courant définit l'entrepreneuriat comme étant l'aptitude à créer ou à identifier les opportunités existantes afin de les exploiter, cette perspective est associée parfois à d'autres notions, notamment celle de la capacité à rassembler les ressources afin de saisir les opportunités.

En d'autres termes, l'entrepreneuriat est un processus de découverte, d'évaluation et d'exploitation des sources d'opportunités présentes.

b- **Le paradigme de la création d'organisation : (GARTNER 1990)**

Pour ce courant, l'entrepreneuriat est lié à a création d'une organisation, par une ou plusieurs personnes. Sachant que la notion d'organisation ne se réduit pas à celle d'entreprise.

c- **Le paradigme de la création de valeur : (ROSTADT 1984, BRUYAT et JULIEN2001)**

Ce paradigme, considère l'entrepreneuriat comme un processus créant de la valeur, qu'elle soit sociale ou économique. La problématique de ce courant tourne autour des liens existants entre l'entrepreneuriat et la croissance économique

d- **Le paradigme de l'innovation : (SCHUMPTER)**

A l'instar de SHUMPTER, plusieurs auteurs s'inscrivent dans la perspective de ce courant (JULIEN et MACHESNEY 1996, DRUCKER 1985, CARLAND 1984), où l'innovation est

[1] Frank JANSSEN, ENTREPRENDRE, une introduction à l'entrepreneuriat, P 26

primordiale dans la définition de l'entrepreneuriat, permettant de distinguer les entrepreneurs, des propriétaires-dirigeants de PME, l'innovation peut prendre de nombreuses formes (nouveaux produits ou services, nouvelles sources de matières premières, nouvelles méthodes de production…), c'est ainsi qu'elle constitue le fondement de l'entrepreneuriat

Suite à cette classification, nous pouvons dire que « l'entrepreneuriat ne peut être présenté comme un paradigme rigide, mais plutôt comme un domaine qui est entrain d'affiner sans cesse son centre d'intérêt » (KOIRANEN et HYRSK, 1996 p. 129), ainsi pour retenir une définition de l'entrepreneuriat il est nécessaire de se situer dans une vision globale qui prend en considération les différents paradigmes.

Ceci dit, quelque soit le paradigme, le phénomène regroupe trois notions essentielles : l'esprit d'entreprise, l'entrepreneur et la création d'entreprise (JULIEN et MARCHESNAY, 1996), et comme la finalité de ce chapitre est de se familiariser avec l'entrepreneuriat comme processus allant d'un état d'esprit pour aboutir à la naissance d'une entreprise, ces trois notions représenterons les trois sections de ce chapitre, permettant ainsi d'avoir une vision globale sur le phénomène en question.

Section 1 : l'esprit d'entreprise

L'innovation, la créativité, la prise de risque une combinaison qui pousse l'individu à se lancer dans une aventure, où il est nécessaire d'engager des capitaux afin de contribuer à la croissance économique, ceci est l'esprit d'entreprise qui se traduit par la création de l'entreprise.

Lors de cette section, nous allons, dans un premier temps définir l'esprit d'entreprise qui représente la composante clé de l'analyse entrepreneurial, ce dernier provoque une avalanche d'autres facteurs, constituant le processus entrepreneurial, parmi ces derniers on retrouve l'intention entrepreneuriale, un moment fort lors du déclenchement du processus en question, il est sera donc question de l'intention entrepreneuriale lors de la seconde partie de cette section

1.1 Entre esprit d'entreprise et esprit d'entreprendre

La confusion est souvent faites entres ces notions or Il est primordial de faire la distinction entre ces deux visions différentes et pourtant compatibles, qui sont à la base de l'entrepreneuriat ;

en effet, **l'esprit d'entreprendre** est avant tout une manière de penser, d'être, et de reconnaitre les opportunités, en d'autres termes « l'esprit d'entreprendre ne doit pas se limiter à la création d'entreprises, mais doit être comme étant une attitude générale qui peut être utilement adoptée par chacun dans la vie de tous les jours et dans toutes les activités professionnelles » ; l'esprit d'entreprise quant à lui se développe surtout dans la sphère économique se traduisant logiquement par la création d'une activité ou d'une entreprise, d'un autre coté ce dernier semble renvoyer à un ensemble d'attitudes générales positives vis-à-vis de la notion d'entreprise et de celle de l'entrepreneur, il est donc avant tout avant une volonté de mieux s'approprier des facteurs économiques et managériaux et d'être acteur du changement, dans le monde de l'entreprise.

1.1.1 L’esprit d’entreprise inné ou acquis :

Cette question est restée longtemps au cœur des débats, aussi bien philosophique que biologique, entre le naturel et le culturel, la réponse à ce sujet de controverse permettrait de guider les efforts de promotions de l’esprit d’entreprise dans le sens le plus approprié.

Beaucoup d’auteurs ont cité, avec plus ou moins de similitudes, les principales caractéristiques ou trait de caractère favorable à l’entrepreneuriat. Ces caractéristiques existent potentiellement chez les individus composant toute société humaine. Toutefois, personne ne peut nier que l'esprit d'entreprise montre plus de vigueur dans certains pays plus que dans d'autres. En effet, si l'esprit d'entreprise existe à l'état latent dans toutes les sociétés humaines, quelles sont les variables qui déterminent son éclosion et son épanouissement? L'explication doit être recherchée du côté du contexte socioculturel.

L'exemple le plus célèbre de l'influence religieuse sur le comportement entrepreneurial est le protestantisme et l'esprit WASP (White anglo-saxon protestant) qui accompagna le début de l'essor économique de l'Europe et s'exporta aux Etats-Unis avec l'émigration. En abolissant les contraintes imposées par la morale catholique, le protestantisme permit aux potentialités entrepreneuriales de s'épanouir. Cet exemple historique démontre que les valeurs idéologiques, c'est-à-dire, les croyances religieuses et les conceptions exprimées à l'égard du travail, du salariat, du profit, etc.… influencent considérablement ce potentiel comportement entrepreneurial. En effet, l'esprit d'entreprise ne saurait, et ne pourrait, être l'apanage d'une civilisation en particulier, néanmoins certaines conditions socio-historique peuvent favoriser ou inhiber cet esprit.

L’esprit d'entreprise n'est pas quelque chose qui naît avec l'individu, mais au contraire, il s'acquiert progressivement avec de l'expérience et de l'apprentissage. En d’autres termes
« L’esprit d’entreprise n’est pas une qualité innée, mais une discipline d’esprit et d’action qui peut-être l’apanage de beaucoup pour peu qu’on les y forme et les renforce. »

Cette affirmation est confirmée par une récente étude d'Ernest&Young [1] qui a établi que parmi les 685 entrepreneurs du monde entier interrogés, une majorité a créée plus d'une seule entreprise.

On retrouve cette conception de l'esprit d'entreprise chez des économistes tel GUMPERT et STEVENSSON qui déclarent que: « *L'esprit d'entreprise peut être classé dans une gamme de comportement possible délimitées par deux extrêmes: l'entrepreneur-promoteur et l'administrateur. L'idée d'un esprit d'entreprise innée est écartée* ». L'esprit d'entreprise est avant tout un comportement et une attitude positive face à la gestion créative, beaucoup plus qu'un don inné. Cette affirmation doit être comprise dans un sens plus sociétal qu'individuel. Les différentes caractéristiques favorables à l'entrepreneuriat pouvant en effet apparaître à des degrés variables chez les personnes. Cependant, l'esprit d'entreprise peut être stimulé et développé en créant le cadre favorable et les conditions socio-éducatives à son expansion.

1.1.2 L'importance de l'esprit entrepreneurial

La dynamique entrepreneuriale relève avant tout d'un état d'esprit de la réalisation d'un certain nombre d'actions certes, mais elle dépend également des conditions économiques, sociales, culturelles et politiques dans lesquelles opèrent les entrepreneurs, à cet effet, l'esprit d'entreprise est non seulement une force motrice pour la création d'activités, la création d'emplois, la compétitivité et la croissante mais aussi un moyen d'épanouissement personnel, et contribue à résoudre des questions d'ordre sociales.

Dans cette perspective, la création d'entreprise apparaît comme source de richesses nouvelles, d'emplois, d'apprentissage technique et technologique, de développement de relations inter-industrielles, de coopération internationale, etc. [2]

→ L'esprit d'entreprise : un moteur de création d'emploi, de richesse et de croissance économique :

Les petites entreprises nouvellement créées, *et non les grandes entreprises*, sont de plus en plus celles qui créent les nouveaux emplois et ce à mesure que les grandes entreprises réduisent

[1] Ernest&Young: "Nature or nurture: decoding the DNA of the entrepreneur". Juin 2011
[2] Najib IBN ABDELJALIL, « l'entreprise et son environnement », recueil de publications, édition consulting, 1997

leurs effectifs et externalisent de plus en plus de fonctions. Les pays affichant les taux de croissance les plus élevés ont pu enregistrer les plus fortes baisses de leur taux de chômage. En outre, les entreprises à forte croissance contribuent fortement à la création d'emplois.

Cela étant, un esprit d'entreprise plus développé dans une telle économie se manifeste, nécessairement, par une forte création des entreprises qui permet une création de nouvelles opportunités d'emploi, et de là une contribution à la croissance économique et à la valeur ajoutée (la richesse créée) non négligeable. L'esprit d'entreprise contribue, en effet, positivement à la croissance économique, même si la croissance du PIB est influencée par de nombreux autres facteurs.

L'esprit d'entreprise peut également contribuer à promouvoir la cohésion économique et sociale des régions en retard de développement, à stimuler l'activité économique et la création d'emplois ou à intégrer les chômeurs et les personnes défavorisées dans le monde du travail[1]

→ <u>L'esprit d'entreprise : un levier de compétitivité nationale, d'innovation et d'équilibre des échanges :</u>

Au niveau macroéconomique, *« la compétitivité d'une économie nationale est la capacité de son secteur productif à satisfaire la demande intérieure et étrangère, avec en arrière-plan l'objectif de permettre une progression du niveau de vie des résidents du pays concerné»*[2] . Le défi de la compétitivité pour une économie donnée dépend étroitement du dynamisme de son esprit d'entreprise.

En effet, les nouvelles initiatives entrepreneuriales – démarrer une nouvelle entreprise ou en relancer une déjà existante – stimulent la productivité. Elles augmentent la concurrence dans la mesure où elles forcent d'autres entreprises à réagir par une meilleure performance et innovation. L'augmentation du niveau de performance et d'innovation des entreprises, que ce soit au niveau de l'organisation, des processus, des produits, des services ou des marchés, renforce la compétitivité de l'économie dans son ensemble.

[1]Commission Européenne, « livre vert : l'esprit d'entreprise en Europe », publications DG entreprises, 2003
[2]Guide Economie, « la notion de la compétitivité » (consulté sur www.economie.trader-finance.fr)

A cet égard, il faut noter que ce processus profite aux consommateurs qui bénéficient d'un choix diversifié et de prix réduits vu que la compétition est favorable à leur bien être.

L'innovation est un processus qui permet de rendre un service meilleur à travers l'utilisation de techniques nouvelles et/ou la fabrication de produits nouveaux, il s'agit d'un prolongement de la recherche et développement, qui sont des fondements de la croissance et du renouveau d'une entreprise et d'une économie ; en effet, *« L'esprit d'entreprise* consiste à *générer les innovations et avoir la volonté de les voir aboutir* » [Jean Louis SCHAAN] [1]

Cela étant, l'innovation est un impératif d'adaptation face aux changements. Il ne s'agit pas forcément d'une révolution technologique. Elle consiste à introduire un changement ou une amélioration dans un produit ou un service, il s'agit donc d'une innovation relative, et c'est là où apparaissent les aptitudes entrepreneuriales du dirigeant, de l'entrepreneur qui innove dans des secteurs à technique évolutive et peu coûteuse, dont les moyens engagés sont limités par rapport aux résultats ce qui est preuve d'une efficacité dans l'innovation.

Par ailleurs, la promotion du commerce extérieur est une composante essentielle de la recherche de compétitivité, de croissance et d'emploi. Pour ce faire l'esprit d'entreprise apparaît comme une qualité indispensable pour la participation au processus d'industrialisation pour atténuer les effets négatifs d'une intégration de l'économie nationale au marché mondiale par une diversification de produits, services et marchés.

L'esprit d'entreprise permet une diversification et une consolidation des exportations qui constituent une garantie face aux fluctuations des cours et de demandes grâce à l'élargissement des gammes de produits exportables, en se positionnant sur des créneaux de produits spécialisés qui échappent à la concurrence avec des technologies progressives, en s'adressant à des marchés divers et segmentés et en développant les possibilités d'adaptation et de réaction.[2]

→ L'esprit d'entreprise : un vecteur d'épanouissement personnel :

[1] www.auf.org
[2] Commission Européenne, « livre vert : l'esprit d'entreprise en Europe », publications DG entreprises, 2003

Le travail n'est pas seulement une source de revenu. Chaque personne choisit sa carrière en fonction de critères propres : sécurité, indépendance, variété et intérêt. De plus hauts niveaux de revenu peuvent inciter les personnes à poursuivre des ambitions supérieures, telles que l'épanouissement et l'indépendance, par le biais de l'entreprise. Le désir "d'être son propre patron", l'aspiration à l'autonomie sont des facteurs impliqués dans le processus de création d'entreprise.

La motivation d'accomplissement ou de réalisation individuelle est un autre facteur important agissant sur la décision d'entreprendre. Certains auteurs vont jusqu'à prétendre que c'est la principale motivation entrepreneuriale. Les entrepreneurs éprouvent le besoin "de faire ou de réaliser quelque chose", de "*réussir*" ; l'entrepreneur est fortement motivé par le statut social et par l'image de marque que lui procure sa fonction de créateur d'emplois et de richesse, membre de la communauté des responsables économiques et des sphères des décideurs etc.…

1.1.3 L'intention entrepreneuriale

Pour mieux appréhender l'esprit d'entreprise, phase en amont de la création de l'entreprise, nous avons choisi d'étudier l'intention entrepreneuriale lors de cette dernière partie de la section.

L'intention entrepreneuriale est selon BRUYAT une volonté, la volonté d'accomplir un acte avec un « dessein délibéré »[1], BOYD et VOZIKIS la considère comme étant le prolongement d'un comportement donné. Aussi Bradley, BYGRAVE et HOFER, DANJOU affirme que pour comprendre la création d'entreprise, il est nécessaire de tenir compte de la volonté de l'individu. BIRD voit en cette dernière l'état d'esprit qui oriente l'action vers un objectif spécifique (créer une entreprise, décision de croissance…)[2].

Il existe une multitude théories traitant l'intention entrepreneuriale, la théorie du comportement planifié d'AJZEN et le modèle de formation de l'événement entrepreneurial de SHAPERO ET SOKOL (1982) sont souvent combinées pour analyser l'intention entrepreneuriale, à

[1] FAYOLLE, des propositions épistémologiques et méthodologiques pour repositionner les recherches en entrepreneuriat. 2000, P405

[2] TOUNES Azzedine, L'intention entrepreneuriale : théories et modèles, 2007

cet effet des modèles hypothético-déductifs ont vu le jour, Pour Krueger et Brazeal, ces derniers ont apporté une meilleure explication à la formation de l'intention entrepreneuriale, trois principaux modèles sont avancés[1]:

Lemodèle de Krueger et Carsrud (1993)

Ayant pour objectif de démontrer la possibilité d'appliquer la théorie de AZJEN, utilisée jusque la en psychologie sociale pour l'analyse des comportements, en entrepreneuriat et expliquer l'intention entrepreneuriale. S'inspirant du modèle de Shapero et Sokolo, les auteurs font ressortir trois facteurs principaux qui influent sur l'intention.

- *l'attrait perçu du comportement entrepreneurial* qui dépend de la probabilité d'arriver aux résultats du comportement désiré.
- *les normes sociales perçues à l'égard des comportements entrepreneuriaux,* ces derniers sont influencés par la pression social qui favorise ou inhibe ces comportements. L'existence de modèles entrepreneurs est sensée agir sur l'intention
- *l'auto-efficacité* perçue des comportements entrepreneuriaux, qui désigne la perception de la concrétisation et la faisabilité.

D'autre part, il existe des facteurs exogènes tels que les compétences et aptitudes, les traits de personnalité, disponibilité des ressources, situation économique… qui agissent indirectement sur les comportements. Nous détaillerons ces facteurs dans la seconde section du présent chapitre.

Le modèle de AUTIO ET ALII

L'intérêt principal de ce modèle, testé sur 1956 étudiant en sciences technique, est de prédire la validité de l'acte entrepreneurial de manière transcontinentale.

[1] TOUNES Azzedine, L'intention entrepreneuriale : théories et modèles, 2007

Il résulte de cette analyse que la conviction entrepreneuriale et les préférences de carrière sont les facteurs principaux de la formation de l'intention entrepreneuriale, ces derniers renvoient aux concepts de perceptions de faisabilité de Shapero et Sokol et des perceptions du contrôle comportemental de Ajzen, et sont influencés par :

- l'image de l'entrepreneuriat et la récompense que recherche l'individu en créant son entreprise. Une image influencée par un nombre de facteurs tels que : le niveau d'éducation, l'expérience professionnelles… etc

- les attitudes générales : besoin de réussite, autonomie, changement….

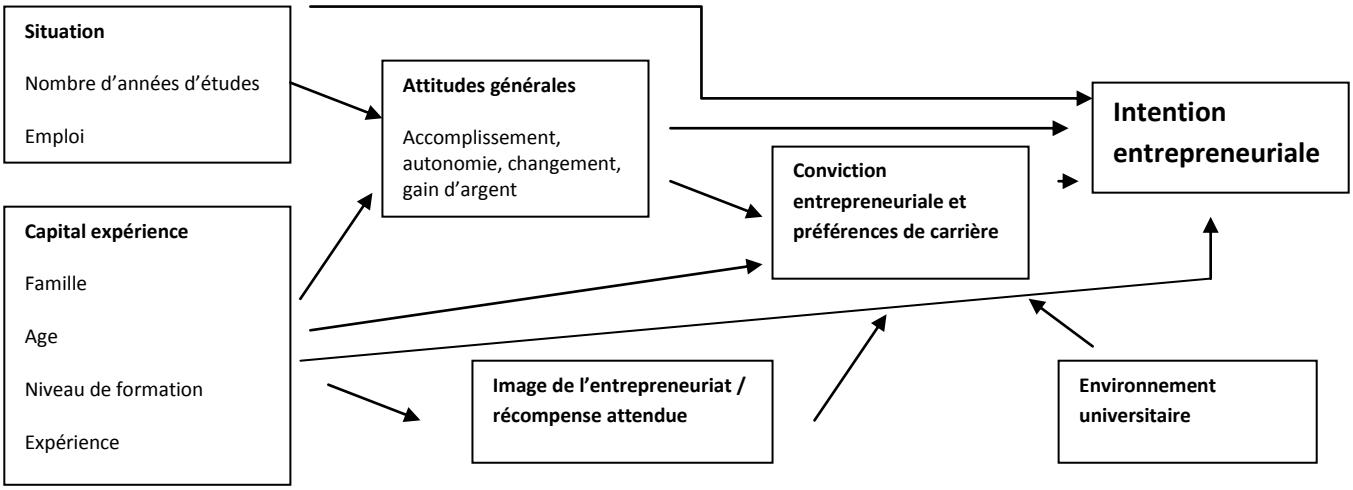


Figure : illustration du modèle final- les relations groupées (Autio et Al. , 1997)

« L'une des critiques que nous pouvons formuler à l'égard de ce modèle est l'amalgame entre motivations et attitudes. Ces dernières se déclinent par le besoin d'accomplissement, la recherche de l'autonomie, le gain financier. Ces composantes sont évidemment des motivations que ne retrouvons dans divers modèles de création d'entreprise » [1]

Le modèle de TOUNES

[1] TOUNES A, L'intention entrepreneuriale : théories et modèles, 2007

L’auteur de se modèle étudie les actions qu’entreprennent les étudiants en vue de concrétiser leurs intentions, les motivations et les pressions sociales qui les animes, ainsi que leurs perceptions de leurs compétences et des moyens afin de concrétiser le projet d’affaires ; les groupes de facteurs sont détaillés comme suit :

- les attitudes associées au comportement renvoient à l’existence d’un projet d’affaires plus ou moins formalisé et à la quête d’informations pour mieux le structurer.

- Les normes subjectives sont approchées par les motivations (telles que le besoin d’accomplissement et la recherche de l’autonomie), la prise de risque, la connaissance de modèles d’entrepreneur et le souhait de les imiter ;

- Les perceptions du contrôle comportemental désignent les perceptions des aptitudes entrepreneuriales (les formations en entrepreneuriat, les expériences professionnelles et associatives), et les perceptions de la disponibilité des ressources (informations et conseils, financières et logistiques).

L’analyse de l’intention permet donc d’appréhender comment et pourquoi un individu est engagé dans un processus pouvant le mener à la création d’entreprise, nourrie par un état d’esprit caractérisant l’entrepreneur et le poussant jusqu’au bout de la concrétisation de son projet, La plupart des économistes conviennent aujourd'hui que l'esprit d'entreprise est un facteur indispensable à la croissance économique et à la création d'emplois dans toutes les sociétés. Dans les pays en développement, les petites entreprises qui réussissent sont un moteur essentiel de la création d'emplois, de la croissance du revenu et de la réduction de la pauvreté.

Section 2 : l’entrepreneur

Placés au centre du phénomène entrepreneurial, les entrepreneurs sont perçus comme des piliers de l’économie du marché et de son fonctionnement, les activités de ses derniers sont créatrices de valeur, d’emplois et d’avantages multiples pour les consommateurs.

Fillon (1991), affirme que la difficulté principale dans l'étude du rôle de l'entrepreneur réside dans la définition de ce dernier, souvent utilisé pour représenter des réalités différentes les unes des autres, aucune théorie ne fait l'unanimité au sein de la communauté scientifique, ce qui a amené les chercheur a distingué deux grandes approches, l'une fonctionnelle et l'autre indicative se que VERSTRAETE (1999, p.77-88) les qualifie d'approche par les faits et par les traits.

2.1. L'approche indicative **:**

Cette approche, définit l'entrepreneur au travers de ses caractéristiques (ce qu'il est), les travaux de ce courant ont commencé dans les années 60, mais ce n'est que durant les années 80 qu'ils ont connu leur heure de gloire ; l'objectif sous-jacent de ces recherches empiriques était de distinguer l'entrepreneur des autres individus et ceci en le décrivant par ses caractéristiques psychologiques, ses traits de personnalité et ses motivations.

- **les caractéristiques démographiques**

Quelques recherches se sont intéressées sur le lien possible entre les caractéristiques démographiques d'un individu, et son penchant vers l'entrepreneuriat.

- L'âge est indicateur souvent associé à un comportement conservateur, privilégiant la stabilité et la sécurité professionnelle.
- Le sexe est un indicateur qui contribue à la détermination des opportunités d'emploi, ce dernier peut être discriminatoire envers les femmes, en effet les barrières liées à l'éducation, à la pression familiale et à l'environnement professionnel désavantagent la femme par rapport à l'homme

Même si l'entrepreneuriat peut représenter un facteur d'intégration ou de mobilité sociale et culturelle, les recherches liées aux caractéristiques démographiques n'ont pas abouti à une conclusion liant l'activité entrepreneuriale et de telles caractéristiques

- **caractéristiques psychologiques :**

Les traits sont définit comme les caractéristiques durables de la personnalité qui se traduisent par un comportement plutôt stable face aux différentes situations qu'il rencontre.

Durant les années 80, les chercheurs ont essayé de trouver l'ensemble de traits qui constituait un modèle de l'entrepreneur type, plusieurs traits de caractère ont été identifiés, les plus importants sont les suivants :

- ***Le besoin d'accomplissement***

  McClelland (1961) s'est basé, sur le besoin de réalisation et le besoin de puissance pour tenter d'expliquer le comportement des entrepreneurs, en effet pour lui, Le besoin d'exceller, de relever des défis et d'atteindre des objectifs d'accomplissement personnel, est un trait principal dans le comportement entrepreneurial ; ces individus avides d'accomplissements sont continuellement à la recherche de moyens nouveaux et meilleurs pour améliorer leur performance.

  Or plusieurs chercheurs reproche à l'auteur de ne prouve pas cette relation, et ne prend pas en considération l'appartenance de l'entrepreneur à un milieu ou une société, or son besoin de réalisation apparait dans ce cadre en fonction des valeurs admises par tous, McClelland écartant aussi le caractère multidimensionnel de l'activité entrepreneuriale.

- ***La prise de risques***

  La tolérance au risque est plus importante chez des certains individus que chez d'autres, certains auteurs affirment que l'acte entrepreneurial nécessite des individus avec une aversion minime au risque, et considère la propension à prendre des risques comme étant la base de l'activité entrepreneuriale tandis que d'autres estiment que l'entrepreneur prendrait des risques modérés.

- ***L'esprit inventif***

  Les personnes créatives à la recherche de nouvelles façons d'agir et de faire les choses, sont les plus susceptibles à réussir dans le domaine de l'entrepreneuriat, puisque ce trait de caractère les pousse à introduire de nouveaux procédés, de nouveaux produits, de nouveaux marchés ou encore de nouvelles technologies

- ***L'autonomie***

  Un degré d'autonomie élevé avantagerait les individus à se lancer dans une activité entrepreneuriale, préférant développer des plans d'actions et contrôler eux-mêmes la réalisation de leurs objectifs, ces individus sont incapables de se soumettre à l'autorité d'une tiers personne et de s'adapter aux structures d'une organisation existante. Ceci explique pourquoi l'entrepreneur cherche à créer sa propre organisation, fonctionnant selon les règles qu'il a fixées.

- ***Lieu de contrôle de destin***

  Ce concept fut développé dans les années 60 par ROTTER, ce dernier affirme que l'entrepreneur aurait un lier de contrôle du destin interne : « pour lui, les conséquences de ses actions dépendraient de son propre comportement ne serait pas le résultat d'autres causes comme le hasard ou la décision d'autrui » (BORLAND, 1974) en d'autres termes si l'entrepreneur ne se croyait pas capable de contrôler la performance de son entreprise, il n'aurait aucune raison pour initier l'acte entrepreneurial

- ***La confiance en soi***

  Les personnes ayant une grande confiance en eux-mêmes sont les plus aptes à agir d'une façon adéquate lorsque les problèmes apparaissent, et résoudre ces derniers ; puisque ces individus serait plus intuitifs, aurait un plus grand espoir de succès et s'engageraient dans des perspectives à long terme.

Gasse (2002. P4), résume l'importance de ces caractéristiques psychosociologiques pour un créateur d'entreprise, Il écrit :

«L'entrepreneur type a un fort besoin de réalisation personnelle; il a confiance en lui; il veut être autonome et indépendant; il aime les risques modérés; et il est plein d'énergie et de motivation. Il est certes évident que l'ensemble de ces caractéristiques ne se retrouvent pas toutes à un degré élevé chez un entrepreneur. Même si ces dimensions se conjuguent pour produire un effet commun et qu'elles semblent se compléter, c'est un fait que chaque être humain demeure un être complexe dont la personnalité est unique. Il n'est pas impératif à la réussite de posséder toutes ces

caractéristiques, cependant, il est souhaitable d'en favoriser l'émergence et le développement chez les entrepreneurs potentiels (si on considère qu'elles ont été identifiées chez les entrepreneurs qui ont connu le succès). »

2.1.a Les motivations de l'entrepreneur

Etre le chef d'une entreprise rentable est certes la garantie d'un profit intéressant, mais, généralement ce n'est pas la motivation première de l'entrepreneur. Les motivations sont multiples, on peut citer par exemple, le besoin d'être son propre patron, avoir une indépendance professionnelle et financière, les chercheurs ont regroupé les motivations de l'entrepreneur en deux catégories

- ***Les motivations de type « pull » :***

Cette catégorie réunie, les facteurs intrinsèques que l'entrepreneur contrôle, on peut les identifier quand l'entrepreneur considère la création d'une entreprise comme créatrice d'avantages matériels et/ou non matériels, on cite comme exemple : la perception d'une opportunité de marché, la réalisation personnelle ou encore la recherche de profit.

- ***Les motivations de type « push »***

Cette catégorie réunie, les facteurs extrinsèques sur lesquels l'entrepreneur n'a aucun contrôle, on peut les identifier quand la création d'entreprise émane d'un conflit entre la situation actuelle de l'entrepreneur et celle qu'il souhaite avoir, on cite comme exemple la situation du chômage, d'insécurité d'emploi, un emploi sans perspective de progression.

Ces deux catégories de motivations font la distinction entre un entrepreneur d'opportunités et un entrepreneur de nécessité, ces derniers, sont souvent complémentaires, et se mêlent pour former des motivations complexes et hybrides qui animent l'entrepreneur.

2.1.b Typologies de l'entrepreneur

Certains chercheurs, dont Smith (1967) et Hernandez (1999), se sont intéressé à la typologie des entrepreneurs. Smith distingue deux types d'entrepreneurs : l'entrepreneur artisan et l'entrepreneur opportuniste. Le premier en quête d'autonomie aurait une éducation limité, c'est

souvent un ancien ouvrier avec un style managérial paternaliste, et une expérience technique. Le second quant à lui, serait scolarisé, généralement c'est un ancien manager aux expériences professionnelles multiples, et un style managérial participatif ayant pour objectif la croissance de son entreprise ;

De nombreux auteurs se sont intéressés à la typologie de l'entrepreneur, en voici quelques exemples :

Auteurs	**Critères de typologies**	**types d'entrepreneurs**
Marchesnay, 1992	Fondée sur 3 aspirations des dirigeants - La recherche de la **P**érennité de l'affaire - La recherche de l'**I**ndépendance du capital ou de l'**A**utonomie de décision - La recherche de la **C**roissance	2 types : **PIC vs CAP**
Marchesnay 1998	Deux dimensions de légitimité : territoriale et concurentielle	4types : - Petit patron - Patron - Dirigeant - Entrepreneur
Marchesney 2004	Deux dimensions : - Organisation : formalisée vs souple - Degré d'innovation : faible vs élevé	- Artisan - Manager - Innovateur - Opportuniste

Smith 1967, repris par Westhead 1988	Artisanat Opportunisme	Artisan Vs opportuniste
Miner 1997, repris par McNeil 2004	- Créativité, innovation - Compétences en gestion, savoir-faire en affaire	- véritable gestionnaire - expert en production d'idées - battant - super vendeur empathique
Timmons 1989 repris par McNeil 2004	- Créativité, innovation - Compétences en gestion, savoir-faire en affaire	- Promoteur - Dirigeant - Inventeur - Entrepreneur

La réalité entrepreneuriale est difficilement réductible à l'une ou l'autre catégorie, aucune typologie ne permet, d'appréhender l'ensemble des variables distinguant un entrepreneur d'un autre.

En effet, cette approche centrée sur l'individu suppose que le profil de l'entrepreneur explique l'acte d'entreprendre, or aucun profil psychologique scientifique absolu de l'entrepreneur n'a pu être établi, et ces recherches empiriques ont été fortement critiquées, GARTNER déclare qu'on s'intéressant aux caractéristiques psychologiques on à finit par définir l'entrepreneur comme étant « une personne pleine de contradictions et tellement remplie de traits qu'elle pourrait être n'importe qui ». Un tel postulat conduit ce courant à une impasse et favorise le développement de l'approche fonctionnelle qui s'intéresse à ce que fait l'entrepreneur plutôt qu'à ce qu'il est.

2.2L'approche fonctionnelle **:**

Considérée comme la base historique de l'entrepreneuriat, l'approche fonctionnelle, celle des économistes, se donne pour objet de définir la fonction de l'entrepreneuriat et considère comme entrepreneur toute personne qui la remplit.

Il faut dire que la notion d'entrepreneur a connu une évolution et des modifications suscitées par les changements politiques, technologiques et démographiques ; en d'autres termes, les entrepreneurs se voyaient dans l'obligation de s'adapter aux évolutions de leur environnement en ayant de nouvelles attitudes et aptitudes.

Au XVIIIe siècle, Cantillon (1755) a consacré le rôle de l'entrepreneur devant prendre des risques et faire face à l'incertitude. Pour lui, l'entrepreneur n'est pas un innovateur mais un agent de direction de la production et du commerce, ce dernier essaye d'anticiper les risques liés aux marchés et aux fluctuations des prix car il sera seul a les supporter, cet agent est doté d'un instinct de profit qui le guide à employer les meilleures méthodes, ce qui fait de l'entrepreneur une pièce maitresse de la dynamique économique ou il existe un équilibre naturel vers lequel tout revient ou tend à revenir.

Il faudra attendre Say (1816), pour que l'entrepreneur soit mis au centre du processus économique. Pour celui-ci, l'entrepreneur, par son activité économique, combine des facteurs de production en vue d'un rendement plus élevé, il le décrit comme « l'intermédiaire entre toutes les classes de producteurs et entre ceux-ci et le consommateur. Il administre l'œuvre de la production ; il est au centre de plusieurs rapports ; il profite de ce que les autres savent et de ce qu'ils ignorent et de tous les avantages accidentels de la production » SAY (1972,376-377), Ainsi avant tout l'entrepreneur est un organisateur qui dirige et prends des risques.

Dans l'analyse des classiques, Smith (1991, P 122 et 335) considère l'entrepreneur comme agent spéculateur, ce dernier à pour fonction principale l'accumulation du capital et comme unique objectif la bonne marche de son profit, dans la même lignée de l'analyse classique RICARDO le considère comme étant le propriétaire du capitale, celui qui supporte le risque et donc celui qui prend les décisions, Ricardo fut critiquer pour la confusion faite entre prise de risque et direction.

Le mérite des auteurs comme Cantillon (1755), Say (1816) et Knight (1921) est d'avoir mis l'entrepreneur au centre de la pensée économique, même si pour ces derniers, l'entrepreneur n'est pas proactif : il se limite à répondre aux sollicitations de l'environnement économique. C'est Schumpeter (1935, P41-42), père du champ de l'entrepreneuriat, qui apporte un nouveau souffle a la définition de l'entrepreneur, il fait de lui un agent économique à part entière, le poumon du progrès technique, il assigne à l'entrepreneur la notion d'innovation, et affirme que seul les

individus créatifs aptes à innover méritent l'appellation d'''entrepreneur'', ces individus ont aussi un rôle de perturbateur au sein du circuit économique, FAYOLLE affirme que « l'émergence de nouvelles entreprises innovantes met très souvent en difficulté, voire entraine la disparition, d'entreprises existantes, installés dans leurs secteurs d'activité et qui n'ont pas su adapter leurs produits, leurs services ou renouveler leurs technologies. D'après SCHUMPTER (1935), les entrepreneurs constituent le moteur de ce processus de « **destruction créatrice »** en identifiant les opportunités que les acteurs en place ne voient pas et en développant les technologies et les concepts qui vont donner naissance à de nouvelles activités économique » FAYOLLE, 2004,

En guise de synthèse, FAYOLLE dégage deux figures et quatre rôles entrepreneuriaux principaux:

«Les figures sont celles de l'entrepreneur-organisateur d'activités économiques et de l'entrepreneur-innovateur (Baumol, 1993). L'entrepreneur, dans le système économique, joue quatre rôles fondamentaux (Landstrom, 1998). Il peut être assimilé à un « preneur de risque/ manager de risque » (Cantillon, Say, Knight) ou à un « innovateur » (Schumpeter). D'autres voient en lui un « saisisseur d'opportunités » (Hayek, Mises, Kirzner) ou enfin, un « coordinateur de ressources» (Casson).»

Ainsi, ce paradigme, qui s'avère dominant, traite le phénomène entrepreneurial du point de vue économique et plus particulièrement celui de la création d'entreprise. Cette approche économique a recours aux explications élémentaires et considère l'entrepreneuriat comme un fait purement économique basé sur la rationalité du marché indépendamment du cadre et de l'environnement sociétal (Knight, 1921 ; Schumpeter, 1934). En outre, cette vision, caractérisée par la causalité des phénomènes, est insuffisante pour rendre compte de la spécificité de l'activité entrepreneuriale.

Section 3 : La création d'entreprise

La création d'entreprise représente aujourd'hui un enjeu économique et social important dans le monde, considérée comme une source de création d'emploi et de richesse, ayant une capacité d'exportation et de croissance élevée, de manière à renforcer la qualité du tissu industriel, la création entreprise est particulièrement appréciée et aidées par les pouvoir publics, vu le potentiel technologique d'innovation dont dispose les jeunes entreprises. Cette section sera composé en deux parties, la première aura pour finalité de se familiariser avec le concept de création d'entreprise en suivant la démarche de Bruyat qui propose une synthèse des recherches faites dans le domaine de la création d'entreprise, et dans la seconde partie, il sera question de l'accompagnement à la création d'entreprise .

3.1 La création d'entreprise, au-delà du concept

Des qu'on fait allusion à la création d'entreprise, on pense à l'individu qui surmonte les obstacles pour créer et développer une entreprise, créant ainsi de la richesse et de l'emploi faisant de lui un leader et un homme prospère, or selon Bruyat la réalité est plus complexe, il commence d'abord par une analyse sémantique afin de disséquer le concept.

Le mot création, comme bien d'autres désigne à la fois un résultat : ce qui a été créé, en l'occurrence **une entreprise nouvelle**, mais aussi **un processus** : action de faire, d'organiser quelque chose qui n'existait pas encore[1]

Ce processus se déroulant dans un environnement particulier. Qui dit action dit nécessairement acteur[2], quelqu'un ou quelque chose qui agit. Dans le cas de la création d'entreprise, ce sujet peut être un individu, une équipe, une ou plusieurs organisations

« Ainsi, la création d'entreprise est un concept à facettes multiples qui se révèlent dans le temps. Au début l'acteur, puis un processus plus ou moins long, d'où émerge plus oumoins rapidement et de manière évidente une entreprise nouvelle. Ces facettes reflètent des points de vue différents au regard du ou plutôt des phénomènes »[3]

Toujours en se basant sur l'analyse de Bruyat, ce dernier avance 4 cas de figure en parlant de la création d'entreprise nouvelle, recouvrant des réalités, des logiques et, donc, des phénomènes très différents au regard des problématiques utilisées par les chercheurs :

- **Logique PMIsation juridique** : transfert par une entreprise d'une activité existante dans une structure juridique nouvelle (filiale de l'entreprise ou contrôlée par quasi-intégration).
- **Logique croissance interne** : création d'une filiale (directement et/ou par l'intermédiaire du dirigeant propriétaire) destinée à développer une activité nouvelle ou servir un marché nouveau.
- **Logique reprise d'entreprise ou acquisition** : création d'une entreprise par un individu qui n'était pas auparavant un dirigeant propriétaire, l'entreprise reprenant partiellement ou totalement les activités et les moyens d'une entreprise ancienne.
- **Logique création *ex nihilo*** : création par un individu ou un groupe (salarié, chômeur...) d'une entreprise indépendante exerçant une activité nouvelle.

Ce qui nous intéresse, dans notre présent travail, est la création d'entreprise ex nihilio, si on reprend la définition de Bruyat « Le terme création *ex nihilo* permet de souligner l'indépendance de la jeune entreprise, le fait que l'initiative est celle de l'entrepreneur, qu'il y a bien quelque

[1] Définition du petit robert
[2] L'entrepreneur, traité dans la section précédente
[3] Christian Bruyat. Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation

chose de nouveau et non la simple continuation d'une activité existante. Cependant, ces créations ne sont pas "issues de rien", elles sont initiées et mises en œuvre par des entrepreneurs qui ont une histoire, des projets, et qui agissent dans des environnements »

3.2 Le processus de création d'entreprise et l'entreprise nouvelle

VAN DE VEN Andrew affirme que le problème rencontré généralement de ceux qui étudient le processus de création d'entreprise tourne des questions suivantes
Quand un processus commence-t-il ? Quand s'achève-t-il ? Bruyat a apporté une synthèse pour répondre à ce problème

** Quand le processus commence-t-il ?*[1]

Pour la création *ex nihilo*, le processus commence dans l'esprit de l'entrepreneur, sans qu'il en soit toujours totalement conscient. De plus, il ne s'agit pas d'un processus initié par une cause ou des causes nécessaires, mais par des faisceaux de causalités enchevêtrées inscrites dans une dynamique systémique. Un événement joue parfois un rôle déclencheur. L'expérience des structures d'appui à la création d'entreprise montre qu'une partie importante de ceux qui tentent de créer une entreprise y renoncent, après avoir entrepris des actions plus ou moins importantes. Un processus de création d'entreprise ne débouche pas nécessairement sur la création d'une entreprise nouvelle, au sens juridique du terme, bien que le projet d'une entreprise ait existé du moins pour l'"aspirant"créateur d'entreprise et, éventuellement, pour ses partenaires. Ainsi, le processus ne devient repérable, pour le chercheur, qu'à partir du moment où le processus est suffisamment engagé et, même, parfois, lorsqu'il est achevé.

** A partir de quand une entreprise existe-t-elle ?*

[1]Christian Bruyat. Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation

Toujours dans sa thèse sur la création d'entreprise Bruyat affirme que les avis diffèrent sur la question, et les critères utilisés pour y répondre sont multiples.
Le critère qui est généralement retenu par les chercheurs et par les règlements administratif, est celui de **l'existence juridique** ou **la reconnaissance administrative,** ce dernier, pour son coté pratique, est le seul à être incontestable et facile à mettre en œuvre**.**

Il existe d'autres critères pris en compte, comme celui de **faire des actes de commerce,** dans le sens ou le créateur effectue de nombreux actes de commerce au nom de la future entreprise (achat de machine, signature de contrat, dépôt de brevet…), ces derniers seront repris au compte de l'entreprise qui n'existe pas encore juridiquement parlant, or l'entrepreneur agit pour elle, il faudrait néanmoins qu'il poursuive son projet jusqu'au bout.
C'est la qu'un troisième critère pourrait être pris en compte, celui **réaliser les premières ventes,** en effet l'entreprise existe-t-elle vraiment alors qu'elle n'a pas fait encore ses premières preuves sur le marché ?

De ce qui précède, nous pouvons dire que La création d'entreprise, est un phénomène qui recouvre différents aspects, de part ses caractéristiques[1] :
- hétérogène
- correspondant à des logiques diverses et évolutives
- aux limites floues
- éphémère
- difficilement repérable dans le temps

Ainsi, il n'y a pas de meilleure définition de la création d'entreprise (comme de l'entrepreneur), mais des définitions qui répondent à des problématiques pertinentes avec des projets de recherche et des demandes sociales.

**A partir de quand Le processus de création s'arrête t'il ?*

Selon VERSTRAETE, les auteurs cherchent simplement à nous faire partager leur conviction sur un sujet par nature conjectural et controversé. Leurs points de vue ne sont pas non plus strictement

[1]Christian Bruyat. Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation

comparables, car s'inspirant de préoccupations et puisant dans des sources théoriques trop différentes pour que cela soit recommandable.

A.[1]« Le processus de création d'entreprise s'arrête quand naît la conscience stratégique de son dirigeant » (Sylvie Sammut).

Dans sa recherche exploratoire, fruit d'un travail doctoral, l'auteur a sélectionné, puis étudié qualitativement, grâce à des entretiens successifs, un échantillon de douze jeunes entreprises du sud de la France, dont l'âge s'échelonnait entre 1,5 et 7 ans après le lancement de leurs activités. Son objectif était d'étudier dans quelles conditions se déroule la période toujours difficile du démarrage, sachant que le créateur (seul dans la totalité des cas étudiés) ne peut anticiper les difficultés, variables selon les cas, qui ne manqueront pas de survenir. Pour ce faire, elle a privilégié une grille de lecture systémique, permettant de classer les problèmes qui peuvent se poser pendant la période de démarrage des cas étudiés. Cette grille est en fait un système de gestion à cinq pôles (l'entrepreneur au centre, les ressources financières, l'environnement, les activités et l'organisation à la périphérie), chacun de ces pôles retenant tour à tour (dans un ordre variable, engendrant une série de «scénarios » sur lesquels nous reviendrons par la suite) l'attention privilégiée du dirigeant. Pour l'auteur, la fin de la période de démarrage, plutôt que d'être bornée temporellement (avec la limite de cinq années communément admise), se situe lorsque le créateur accorde une attention *équilibrée* à chacune des composantes du système. On appellera alors « conscience stratégique » cette capacité du dirigeant, qui ne peut s'acquérir qu'après un certain nombre d'essais et d'erreurs, à considérer les pôles, non pas un à un, mais comme des éléments en interrelation d'un système global et complexe. On conçoit que dans ces conditions le critère de l'âge de la jeune entreprise ne soit plus considéré comme pertinent, puisque tout va dépendre désormais de la vitesse, variable selon les cas, avec laquelle va se dérouler l'apprentissage préalable à cette prise de conscience.

B.[1]« Le processus de création d'entreprise s'arrête quand le groupe rassemblé autour du créateur cesse d'être une communauté épistémique pour devenir une communauté de pratique » (Thierry Burger-Helmchen et Pierre-Yves Gomez).

[1]S.Sammut : « Jeune entreprise : la phase cruciale du démarrage », Editions L'Harmattan, 1998

Les auteurs, se plaçant dans le cadre des théories évolutionnistes de la firme, définissent le début du processus entrepreneurial (envisagé ici au sens fort du terme, avec une idée innovatrice de la part du créateur d'entreprise) comme la résultante d'un phénomène de *variation*, auquel succèderont par la suite des activités (essentiellement de la part du créateur) de *sélection* puis de *rétention*. Pendant la première phase, au cours de laquelle le créateur met au point son idée, il y a accumulation d'énergie, qui sera ensuite dépensée (parcimonieusement, grâce aux réseaux et aux connaissances puisées dans l'environnement immédiat du créateur) pour attirer à lui les différentes ressources (fournisseurs, associés, salariés, partenaires financiers) dont il a besoin pour faire démarrer son affaire. Il faut pour cela provoquer au sein de ces détenteurs de ressources une attitude de doute, donc d'incertitude sur l'avenir de l'initiative, et progressivement les faire installer dans une position de risque calculé (avec une probabilité escomptée de recueillir les fruits de leur collaboration), qui les fera éventuellement s'engager aux côtés du créateur.
Lorsque les détenteurs de ressources sont réunis et communiquent entre eux, la firme est effectivement créée. Mais le processus entrepreneurial n'est pas terminé pour autant, car une production de nouvelles connaissances est nécessaire pour rendre tangible la vision innovatrice du fondateur. En ce sens, la communauté réunie autour de lui reste au moins un certain temps une communauté principalement *épistémique*, c'est-à-dire organisée autour et pour le développement de nouvelles connaissances. Une fois définies les connaissances et les routines nécessitées par l'exploitation profitable de l'idée du créateur, le processus entrepreneurial s'arrête et l'organisation devient une communauté essentiellement managériale, dite *de pratique*, destinée à exploiter les connaissances développées pendant la phase précédente.

C.[2] « Le processus de création d'entreprise s'arrête quand cesse d'exister le phénomène entrepreneurial qui lui a donné naissance, c'est-à-dire quand l'entrepreneur ne donne plus d'impulsion à son organisation » (Thierry Verstraete).

---

[1]T.Burger-Helmchen et P.Y. Gomez, « Création de la firme et genèse de l'organisation : une approche évolutionniste du processus entrepreneurial », Communication au Troisième Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, Lyon

[2]T.Verstraete, « Proposition d'un cadre théorique pour la recherche en entrepreneuriat », Editions de l'ADREG, 2003

Dans son approche, l'objectif est moins de décrire l'entrepreneuriat comme un processus que comme un phénomène, afin de l'isoler en tant que tel comme un objet de recherche. Des trois niveaux retenus pour analyser la symbiose entre l'entrepreneur et son organisation (laquelle, rappelons le, combine la dynamique organisationnelle et l'entité (voire les entités) naissant de cette action), la dimension *praxéologique* paraît celle la plus à même d'aider à comprendre quand cesse la phase « entrepreneuriale » (si elle existe, ce qui n'est pas toujours le cas) de la période de l'après création. Cette dimension, qui intègre les actions fondamentales entreprises par le dirigeant, décrit les multiples positionnements de l'entrepreneur et de son organisation, destinées à emporter l'adhésion des parties prenantes et pérenniser l'organisation impulsée (le terme impulsion permettant de penser autant l'acte initial de la dynamique que la persistance de celle-ci dans le temps, sachant qu'elle peut réapparaître après une période plus stable) ; mais on assiste également de sa part à un effort pour configurer l'organisation formée afin de produire les conditions qui permettront d'établir et d'optimiser des relations d'échange durables avec ces parties. Au cours de cette dynamique, le terme d'impulsion est employé, plus que celui de création. On peut estimer que lorsque l'entrepreneur n'impulse plus le mouvement donnant lieu à la création de l'organisation, il sort du champ d'investigation de l'entrepreneuriat. Les membres de l'organisation qu'il a créée peuvent néanmoins le relayer dans cette tâche, notamment ceux participant à la formulation et à la mise en œuvre de la stratégie. C'est d'ailleurs ce passage d'une stratégie individuelle, issue de la vision du créateur, à une stratégie d'organisation, qui pourrait constituer le pont entre deux domaines d'étude voisins et parfois confondus, l'entrepreneuriat et le management stratégique. Enfin, dans certains cas, on peut assister à une « renaissance » du phénomène entrepreneurial, lorsqu'un acteur autre que le créateur (repreneur, successeur familial, remplaçant imposé par les partenaires financiers) le relaie dans une nouvelle impulsion constitutive du phénomène.

3. 3 Le rôle de la création d'entreprise au sein de l'économie

La promotion de l'entrepreneuriat a travers la création d'entreprise est une nécessitée pour tout pays. Il faut dire que la création d'entreprise participe à la dynamique économique, en ayant des enjeux capitaux sur la croissance économique

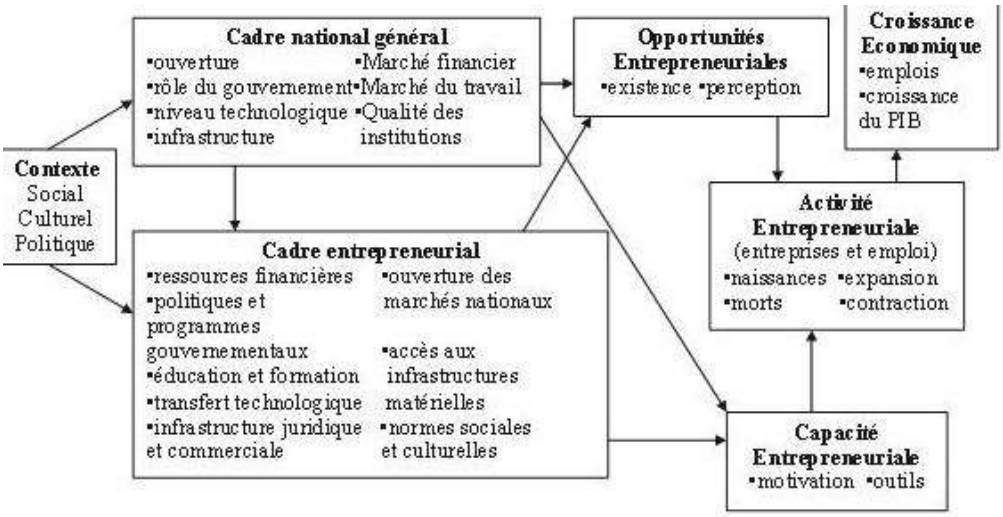
3. 3.1 Création d'entreprise et croissance économique

L'entrepreneuriat est un des facteurs important pour une économie en pleine croissance. En effet, la création de nouvelles entreprises est un moteur essentiel de la croissance économique et permet de dynamiser le tissu économique. Les entrepreneurs jouent un rôle fondamental dans une économie de marché mais aussi dans toute autre économie. La présence des entrepreneurs permet d'accroître l'efficacité d'une économie car ces derniers interviennent pour permettre et faciliter les transactions entre des agents dont les préférences et les disponibilités en ressources ne sont pas identiques.

Ils jouent un rôle important dans le renouvellement du parc d'entreprises. Nécessaires au développement économique, à la création d'emplois, les entreprises nouvelles aujourd'hui ne sont pas assez nombreuses. Il faut donc susciter des vocations de nouveaux entrepreneurs, constituer un vivier de créateurs, disposer d'une pépinière de nouvelles pousses entrepreneuriales. C'est pour cette raison qu'il faut promouvoir l'esprit d'entreprendre chez la population en général, et chez les jeunes en particulier. En effet les jeunes d'aujourd'hui sont les acteurs (entrepreneurs) de demain.

La création d'entreprise peut être un moyen de lutter contre le chômage et la précarité des jeunes. Cette solution permet de réduire la dépendance et la passivité. En poussant les jeunes à créer eux-mêmes leur emploi.

Figure : impact de la création d'entreprise sur la croissance économique.



Ainsi la création d'entreprise est essentielle pour maintenir la croissance et pour créer des emplois. Par ailleurs on a aussi une relation entre la création d'entreprise et l'innovation.

3.3.2 La création d'entreprise et innovation

La création d'entreprise et l'innovation sont fortement reliées. Cela a été démontré par J. Schumpeter. Ce dernier a parlé de « destruction créatrice » qui résulte de l'innovation. En fait, l'apparition de nouvelles entreprises innovantes peut remettre en cause, ou bien entraîner la disparition des vieilles entreprises déjà présentes dans le paysage, si ces dernières n'ont pas pu suivre l'évolution technologique. Ce sont les entrepreneurs qui sont au cœur de cette dynamique de « destruction créatrice », car ils saisissent avant les autres agents les opportunités qu'ils peuvent exploiter. C'est ainsi qu'ils contribuent à l'émergence de nouvelles activités génératrices d'emploi.

Ainsi, l'innovation est un des éléments fondamentaux de la croissance économique. Les nouvelles entreprises innovantes vont pousser les autres entreprises à être plus performantes du fait de la concurrence. Elles participent au dynamisme économique. L'entrepreneur est le plus souvent l'instigateur de l'innovation. On peut dire qu'il est poussé par la curiosité, il n'aime pas trop les sentiers battus.

L'innovation, de façon générale, résulte d'un certain nombre d'éléments :

-l'inattendu : le succès ou le revers ;

-le bouleversement de la structure général de l'économie (l'industrie, le marché…) ;

-les modifications démographiques ;

-les changements culturels ;

-les avancées technologiques (par exemple l'essor des nouvelles technologies de l'information et de la communication).

Pour conclure on peut dire que l'innovation est un vecteur important de la croissance économique. Or cette innovation est entreprise par les entrepreneurs. Donc ces derniers sont indispensables pour entretenir la dynamique. Compte tenu de l'importance des entrepreneurs pour l'économie, il faut promouvoir l'esprit d'entreprendre auprès de la population, notamment auprès des jeunes, pour qu'ils soient les futurs entrepreneurs (et futurs innovateurs). Qu'en est-il du rôle de la création d'entreprise dans le développement des territoires ?

3.3.3 La création d'entreprise dans le contexte du développement territorial

Le développement de la création d'entreprise peut avoir des effets positifs pour le territoire ou la région. En effet il contribue à la dynamisation des régions. Aucune collectivité ne saurait être dynamique sans la participation et la contribution pleine et entière de la jeunesse. La création d'entreprise joue plusieurs rôles dans le développement territorial :

1- Génération de revenu provenant de la vente des produits fabriqués localement ;

2- Mise à disposition de la population de nouveaux produits et de nouveaux services ;

3- Emploi de la main d'œuvre local (création d'emploi) ;

4- Attractivité du territoire : à terme d'autres entreprises viendront aussi s'y installer ;

5- La possibilité d'une diversification des activités permettant de réduire sensiblement la vulnérabilité économique du territoire ;

6- L'entreprise constitue un lieu de socialisation et de contacts très important ;

7- Elévation du pouvoir d'achat et accroissement de la richesse ;

Ainsi le développement économique d'une région dépend particulièrement de l'esprit d'entreprendre dont font preuve les acteurs et actrices économiques. Il s'avère primordial de donner le goût d'entreprendre afin de dynamiser le tissu économique local.

En conclusion à ce chapitre nous pouvons dire que l'entrepreneuriat, à travers la création et par son acteur principal qui est l'entrepreneur, joue un rôle primordial dans la croissance économique et dans la lutte contre le chômage. De plus il contribue à l'évolution technologique et à la compétitivité (à travers l'innovation). Et enfin il participe à la vitalité des territoires (attractivité, emploi de la main d'œuvre locale, recettes fiscales…). Etant donné, l'importance de l'entrepreneuriat (pour les différentes raisons énumérées plus haut), les gouvernements essayes d'élaborer de véritables stratégies pour le promouvoir. Et cela en sensibilisant les plus jeunes aux valeurs entrepreneuriales afin qu'ils n'aient pas peur de se lancer dans l'aventure de la création d'entreprise car malgré leur intérêt pour la création d'entreprise, les jeunes rencontrent un certain nombre de difficultés pour franchir le cap, c'est ainsi qu'on traitera lors du prochain chapitre, la création de l'entreprise dans un cadre institutionnel.

Chapitre II

La création d’entreprise dans le cadre institutionnel.

Dans un environnement économique extrêmement changeant et difficilement prévisible, la petite entreprise suscite l'intérêt permanent des politiques et des économistes. Elle est, en effet, considérée comme source d'emplois, d'innovation, de richesses et de prospérité. Ses structures souples lui permettent de mieux s'adapter aux aléas du marché et sa faillite ne menace pas l'édifice financier et industriel d'un pays, d'une région ou d'une localité. La création de petites entreprises en grand nombre est considérée comme un moyen privilégié de politique industrielle et de l'aménagement du territoire. Si les grandes entreprises, composées de diverses activités de production, de finance et de commercialisation, tentent à organiser les marchés et l'évolution des technologies, par voie d'alliances, de fusions, de pactes et d'intrusion politique, l'espoir du renouveau économique se concentre dans la petite entreprise. Celle-ci s'accorde parfaitement avec les besoins de l'économie. Elle constitue une formidable machine de valorisation et de destruction de capitaux ; elle se présente aussi comme une sorte de vecteur de valeurs, dans la mesure où elle établit des ponts de transit des ressources productives (capitaux financiers, technologies, main-d'œuvre de différentes qualifications et compétences) vers les activités, les marchés et les grandes entreprises susceptibles de réaliser des profits.

C'est pourquoi l'incitation et l'aide à création d'entreprise, font parties des priorités des gouvernements, spécialement dans les pays en voie de développement, en effet, L'aide à la création d'entreprises fait partie conjointement de la politique de l'emploi et de la politique industrielle et de l'innovation, cependant les théories économiques n'ont pas toujours été d'accord sur l'aide qu'apporte l'Etat a la création d'entreprise.

Dans ce présent chapitre, on abordera trois points essentiels, répartis en trois sections, la première traitera les théories économiques et l'aide à la création d'entreprise, la seconde traitera le point essentiel dans la création d'entreprise dans le cadre institutionnel, ce point est l'accompagnement et enfin nous présenterons les dispositifs d'aides à la création de l'entreprise en Algérie.

Section 1 : Les théories traitant la création d'entreprise dans le cadre institutionnel

La création d'entreprise dans un cadre institutionnel, est forcée de se plier à quelques principes, en effet, le porteur de projet est confronté à des détenteurs de ressources, des investisseurs, des institutions gouvernementales, qui décident de la faisabilité ou non du projet, autrement dit, sans l'adhésion de ces derniers, le projet ne pourra être financé, et donc il ne sera pas réalisé.

Lors de cette section, il sera question d'étudier la création de l'entreprise au cœur des théories influant le cadre institutionnel, a cet effet, cette section sera composer de trois parties, nous commencerons alors dans la première partie par survoler les différentes théories économique et l'aide à la création d'entreprise, ensuite nous nous intéresserons à deux théories en particulier : la théorie des parties prenantes et la théorie des conventions; la deuxième partie portera, donc, sur l'étude de la théorie des parties prenantes, puisque dans ce contexte là (cadre institutionnel), la création d'entreprise ne peut être étudiée que du point de vue du porteur du projet ayant eu une idée.

En dernier lieu, il sera question de la théorie des conventions, puisque il s'agit d'une adhésion des parties prenantes aux projets de l'entrepreneur, cette dernière se construit autour de conventions.

1.1 Les théories économiques et l'aide à la création d'entreprises

Les Interventions de l'Etat sous forme d'aide publique touchent généralement le soutien à l'économie, le développement d'activités compétitives, le rétablissement de l'efficacité et la restructuration d'entreprises, ainsi que l'aménagement du territoire. Cependant ces interventions suscitent quelques controverses dans la communauté des économistes, distinguant ainsi deux grands courants

- Le courant néoclassique représenté par Adam Smith, au XVIII ème siècle, David Ricardo, au XIXème, et Robert Solow ou Anne O. Krueger , ces derniers soutiennent que l'efficacité d'une économie tient dans le processus d'allocation des ressources et de fixation des prix par le marché à l'équilibre et cela en résorbant les défaillances du marché lorsque ce dernier est en déséquilibre, le rôle de l'environnement institutionnel d'après les néoclassiques est donc réduit à sa plus simple expression.
- les analyses alternatives, représenté par P. Krugman, D,

Guellec, p, Romer, ces auteurs remettent en cause l'existence d'un processus d'allocation concurrentielle spontanée et affirment donc qu'en fait c'est une concurrence imparfaite qui prédomine dans les économies, Ils insistent également sur la construction sociale et dynamique des spécialisations régionales ou internationales. Les aides publiques prennent alors une dimension stratégique en influant directement les trajectoires de croissance

1.1.A le courant néoclassique :

Pour l'approche néoclassique l'intervention de l'Etat se fait dans des cas particulier étatique, nous présenterons les plus importants :

Rendements croissants:

Dans ce cas là, la maximisation du bien-être social conduit a une situation de monopole naturel et génère donc une concurrence imparfaite, qui doit être corrigée par le régulateur. L'Etal peut ainsi intervenir en prélevant la rente à son bénéfice par le biais d'un monopole d'Etat ou d'une concession. Il peut également éliminer la rente produite par la situation de monopole en attribuant des aides ou des subventions aux nouveaux concurrents.

Imperfections et incomplétude de l'information :

Tous les agents économiques n'ont pas le même accès à l'information, ce qui génère une concurrence Imparfaite et des écarts par rapport à l'optimum social de pareto. Ainsi l'aide publique sera d'autant plus destinée aux PME et TPE, car par nature, disposant de moindres moyens, elles ont accès à une Information moins riche et moins parfaite que les grandes entreprises.

Selon les néoclassiques, les Interventions de l'Etat en tant qu'agent économique sont donc relativement encadrées, L'intervention publique se justifie uniquement dans un cadre d'équilibre général passant par le marché, avec pour objectif de pallier les défaillances du marché. En pratique, cela se traduit bien souvent par une protection temporaire de certains marchés, par un accès privilégié à certains financements, par une utilisation de taxation à des fins redistributives, ou, par la correction d'imperfection de l'information, mais très peu par des actions volontaristes. Plus spécifiquement, ce modèle restreint le champ d'application des aides publiques aux entreprises, car si elles permettent de corriger certaines imperfections du marché, elles présentent également l'inconvénient d'induire de nouvelles distorsions et asymétries, en favorisant plus ou moins telle ou telle entreprise,

Ce courant de pensée est loin toutefois de faire l'unanimité parmi les économistes, et notamment parmi les promoteurs des dernières évolutions de la théorie économique.

Adam Smith lui-même montrait déjà l'existence d'un lien entre l'action publique et le développement des nations ; « La politique de certaines nations a donné un encouragement· extraordinaire à l'activité de la campagne, celle d'autres nations à l'activité des villes ».[1]
Ces réflexions autour du sens de l'action publique combinée avec l'innovation, se sont fortement développées dernièrement. Les différentes tendances sont regroupées dans les analyses alternatives.

1.1.B Approches alternatives

L'hypothèse d'une stratégie industrielle spontanée et régulée entièrement par la concurrence est remise en cause par deux grands courants théoriques alternatifs : l'extension è la concurrence internationale, et les approches systémiques et dynamiques,

a) Extension à la concurrence internationale:
Certains économistes, dont Paul Krugman dans son ouvrage « Strategie Trade Pollcy and The New Intenational Economies », publié en 1986 étendent les théories néo-classiques à l'échelle Internationale,
Ils affirment que les Etat peuvent avoir des motivations intrinsèques et culturelles à accepter ou générer de façon délibérée des distorsions à l'échange concurrentiel. Laprotection des industries naissantes, ou, des subventions aux producteurs nationaux, qui
visent à les abriter de la concurrence internationale le temps d'atteindre une certaine taille critique, sont des illustrations de ces politiques. Or, si les problèmes de concurrence imparfaite présentés par les néo-classiques demeurent identiques au niveau international, les défaillances de marché risquent de perdurer, car Il n'existe pas de régulateur supra-national qui puisse imposer le respect du processus spontané d'allocation des ressources de manière concurrentielle. Selon l'analyse alternative, les néo-classiques en déduisent que le marché doit se réguler par le libre échange. Ce courant de pensée économique en conclut qu'il s'agit là d'une erreur de raisonnement. La théorie économique privilégie le libre échange, non pas par justification

[1]Jean-marcvittori « ce que nous disent les économistes » les echos, mercredi 20 juin 2004 page 6

théorique, mais parce que dans la pratique, précisément, la politique d'intervention du régulateur est extrêmement difficile à *mettre* en œuvre, compte tenu des résistances étatiques et de l'absence d'un régulateur au bon niveau.

b) Approches systémiques et dynamiques

- *Croissance endogène* et *système national d'innovation*

Dans cette approche, le concept d'innovation fait référence à un ensemble très large, rassemblant la technologie, les institutions, la routine, les procédures et l'aptitude au changement. L'innovation devient donc le résultat d'un processus social, L'Etat, partie prenante de ce système, peut donc favoriser une dynamique de croissance particulière par des politiques d'Incitations pécuniaires, Informationnelles, ou culturelles. Les technopoles par exemple, regroupant à la fois universités, laboratoires de recherche, et entreprises, largement soutenues par la plupart des Etats industrialisés, relèvent ainsi de cette conception, en favorisant la circulation d'Information entre ces différents acteurs

- *Théorie évolutionniste:*

La théorie évolutionniste promue depuis les années 80 partage l'idée du rôle incitatif potentiel du régulateur sur la croissance avec les théories de la croissance endogène, el procure un fondement au concept de systèmes nationaux d'innovation. Sur ce plan, elle s'inscrit dans la lignée des travaux de Schumpeter.

Schumpeter dans « The Theory of Economie Development» en 1912 place l'innovation et l'entrepreneur au centre de son approche économique, Grâce à leur audace, les entrepreneurs mettent en œuvre de nouvelles combinaisons, qui leur permettent d'accéder à de nouveaux marchés, de produire de nouveaux produits, ou de trouver de nouveaux processus, L'esprit d'entreprise est donc un facteur primordial, source de croissance d'une économie.

L'innovation, selon Schumpeter, est ainsi à l'origine de la croissance d'une économie : elle génère l'apparition de nouvelles entreprises, qui opèrent sur un champ nouveau, tout en faisant stagner, voire disparaître des entreprises opérant sur une activité plus ancienne.

Les théories évolutionnistes poussent le raisonnement plus loin en identifiant les facteurs susceptibles de favoriser cette innovation et cet entreprenariat.
Les théories évolutionnistes partent du constat, selon lequel les firmes sont Influencées dans leurs décisions par le cadre institutionnel et l'incertitude dans laquelle elles évoluent. La tâche essentielle du régulateur sera donc de mettre en place les incitations et les institutions favorables à la croissance.
Ainsi, lorsque l'incertitude économique est très forte - cas de nombreux projets de recherche et développement par exemple -, les agents économiques ne prendront pas de risque et n'investiront pas, ce qui, à terme, pourrait être néfaste pour la croissance d'un pays. Le régulateur peut ainsi inciter à un investissement supérieur ou à la création de variétés, par le développement d'activités de recherche et développement propres, par des incitations fiscales ou par des subventions pour les agents privés à étendre leur ensemble d'opportunités. L'objectif sera d'accroitre la variété des choix économiques futurs afin d'éviter tout risque de blocage technologique ou comportemental, ce que les seules forces du marché n'auraient pas permis.

1.2 La création d'entreprise et la théorie des parties prenantes :

En étudiant la théorie des parties prenantes, il est question de la relation entre les parties prenantes, et d'analyser comment elles arrivent à s'accorder autour d'un projet d'entreprendre malgré leurs intérêts singuliers. Il est donc essentiel de comprendre cette relation pour analyser l'adhésion et le financement que proposent ces derniers au projet de l'entrepreneur.

1.2.1 la théorie des parties prenantes :

Selon Donaldson et Preston (1995), la spécificité de la théorie des parties prenantes par rapport aux théories qui l'ont précédé (théorie de l'agence, théories des couts de transactions…) réside dans l'explication qu'elle apporte de la structuration et l'établissement d'une

« corporation », cette théorie est « une grille de lecture du management des relations avec les parties prenantes ».

Ces parties prenantes sont considérées comme étant les principaux collaborateurs de l'entreprise, dans un environnement ou l'entretien de ces relations sont nécessaire à la survie de la firme, dans notre présente recherche les parties prenantes sont les banques, les institutions de l'emploi, l'organisme d'aide à la création d'entreprise, la firme a donc des responsabilités à l'égard de ces dernières.

Selon Preston et Sapienza, cette théorie date des années 30, lorsque la *général electriccompagny*distingue quatre catégories d'acteurs majeurs : les actionnaires, les employés, les clients et la communauté.

Cette classification s'est développée, et toutes les parties contribuant à sa croissance, sont maintenant prises en considération. La firme est donc en voie de démocratisation provoquant ainsi le passage de la vision actionnariale à une vision partenariale de la firme. Charan et Freeman considère que ce passage a intensifié l'importance des capacités de négociation par les cadres exécutifs des grandes entreprises devant devenir aptes à interagir avec un nombre grandissant de parties.

Pour Reed (1983) les parties prenantes sont les groupes dont le support est nécessaire à la survie de l'entreprise, c'est ainsi qu'il propose deux définitions à ces groupes.

- La première concerne les parties proches « les parties prenantes sont un groupe d'individu sans qui l'organisation ne peut survivre »
- La deuxième est plus large « les parties prenantes sont un groupe d'individu qui peuvent affecter la concrétisation des objectifs établis par l'entreprise »

Dans la même optique, plusieurs classifications des parties prenantes de l'entreprise, ont été proposées, prenant en considération la participation ou l'intérêt du partenaire et son pouvoir. Tiras, Ruf et Brown (1997) distinguent les parties prenantes volontaires (clients, fournisseurs, salariés, investisseurs…) ou involontaires (la société, la communauté, ...). Hitt, Ireland et Hoskisson (2003) les classifient comme suit :

- les parties prenantes de capitaux (actionnaires et principaux fournisseurs de capitaux, c'est-à-dire les banques et les sociétés de capital-risque…) ;
- les parties prenantes de produits (clients, fournisseurs, groupes de pression, syndicats)
- les parties prenantes de l'organisation (employés, managers, …)

Clarkson 1995 se base sur les typologies qui ont précédé afin de proposer une nouvelle classification regroupant deux catégories : les parties prenantes primaires et les parties prenantes secondaires :

- Parties prenantes primaires

Cette catégories réunies les groupes indispensables à la survie de l'entreprise (les actionnaires, les investisseurs, les employés, les clients, les fournisseurs,..)

Ces groupes sont donc considérés comme les éléments qui font l'entreprise, malgré leurs intérêts divergeant en termes de règles, d'objectifs et de responsabilités, cet ensemble entretient des relations complexes, directes ou indirectes, que la firme instaure entre eux, ainsi ce dernier tient par la valeur que l'entreprise sait apporter durablement à chaque groupe. Si l'un des groupes n'est plus satisfait, le système ne tient plus

- Parties prenantes secondaires :

Cette catégorie réunies les groupes influençant ou influencés par les décisions de l'entreprise, sans pour autant avoir une importance primordiale dans la survie de l'entreprise (groupe de pression, médias, assurance...).

1.2.2 la création d'entreprise et la théorie des parties prenantes

La théorie des parties prenantes s'intéresse principalement à la firme déjà existante, en délaissant l'entreprise en phase de création. Il est vrai qu'on entrepreneuriat, l'étude l'entreprise déjà installé n'est pas exclue, cependant l'émergence (GARTENER, 1995) est au cœur la question

entrepreneuriale. Par ailleurs, ce phénomène ne peut se concrétiser si des possesseurs de ressources n'apportent pas leur soutien au projet d'entreprendre.

Selon Verstreate[1], la dynamique essentielle à la création d'entreprise réside dans l'énergie souscrite auprès des possesseurs de ressources afin de les convaincre et les satisfaire de manière durable pour assurer le maintien des relations construites autour de la convention d'affaire proposée (point suivant).

Ayant une vision stratégique, où il est question de gouvernance de l'organisation naissante, le créateur dépend de l'adhésion durable des parties prenantes à cette vision pour garantir la pérennité de l'entreprise. C'est ainsi que l'entrepreneur doit montrer aux possesseurs de ressources qu'ils souhaitent embarquer dans son affaire, en contre partie il doit présenter la valeur qui leur est tout aussi durablement apportée et le modèle avec lequel il compte apporter de la valeur qu'il saura se faire rémunérer par le marché. Ce modèle doit être suffisamment clair pour que chacun s'accorde à reconnaître que, effectivement, c'est là une bonne façon de générer de la valeur qu'un chiffre d'affaires récompensera. Les mêmes parties prenantes sauront mieux, à l'issue de cette démonstration, expliciter ce qu'est le véritable business de l'entreprise (même si le seul acteur à en posséder une représentation complète est le créateur)[2] .

C'est ainsi que les possesseurs de ressources deviennent parties prenantes, en définissant la nature des relations et des échanges qui s'établiront entre elles.

1.3 La création d'entreprise et la théorie des conventions :

Apres l'étude de la théorie des parties prenantes, la suite logique est l'étude de la théorie des conventions, car cette dernière relie l'individu au collectif d'acteurs. En effet il est question de convention des que le créateur et les différentes parties prenantes (possesseurs de ressources sollicités) du projet s'accordent autour de quelque chose.

1. 3.1 la théorie des conventions

[12]Verstreatethierry, Cadrage théorique du buisness model et application à la création d'entreprise, CIFEPME 2006

Combinant l'approche macro-économique à une approche volontariste d'individus agissant, la théorie des conventions née dans les années 80 en s'écrivant dans un courant « contextualiste » sans pour autant rejeter entièrement la théorie néo-classique, en effet, cette approche utilise un certain individualisme loin de l'homo economicus traditionnel.

Certains économistes voient en la théorie des conventions, la continuité de la théorie des couts de transaction, selon Verstraete « la théorie des conventions considère que la relation économique, vouée à l'incertitude et à une négociation permanente, peut se manifester par un ensemble de mécanismes, explicites ou non, entre les individus (codes, règles, conventions, contrats). Ces mécanismes guident le comportement des acteurs et sont indispensables à une coordination et au maintien d'un lien social. Ce courant accorde une place importante aux croyances et aux représentations. Il étudie également l'ajustement ou la coordination non marchande. Selon Gomez (1996) : « la convention est une construction sociale, parce qu'elle n'existe concrètement que par l'accumulation de comportements mimétiques, auxquels elle donne, comme un miroir social, leur sens. » (p.145). L'auteur explique qu'une convention : « est un ensemble de critères, implicites ou explicites auxquels l'individu se réfère au moment de décider ». (p.173).

Verstraete affirme que l'un des principes fondateurs de la convention est la notion de mimétisme « L'incertitude décrit la situation cognitive dans laquelle se trouve l'agent confronté à l'indécidabilité du choix isolé et manquant de repère. Le mimétisme qualifie le comportement rationnel de cet agent s'il est supposé maximiser son utilité en situation d'incertitude. » (15, p.143), pour GOMEZ la convention constitue un moyen d'ajustement des comportements intersubjectifs, quant a Munier et orléan ils la considèrent comment étant un moyen de coordination des agents basé sur des dispositifs cognitifs collectifs.

Dupey et Al. voient en la convention, une stratégie basée sur une rationalité procédurale ayant pour but la résolution de problème en établissant collectivement une procédure régulière ; néanmoins elle se présente aux acteurs sous forme objectivée. Elle doit « être appréhendée à la fois comme le résultat d'actions individuelles et comme un cadre contraignant les sujets » (Ibid. p.143). Elle permet de comprendre comment se constitue une logique collective et comment les comportements des membres d'une population peuvent faire preuve d'une certaine régularité dans une situation récurrente (Orléan, 1994). Elle suppose des conditions fixées de conformité et

de croyances régies par une base de connaissances communes quant aux comportements des autres.

Selon GOMEZ, il existe deux niveaux qui cohabitent dans la théorie de conventions :

- les conventions de qualifications : où sont définit les échanges c'est-à-dire le marché

- les conventions d'effort : où le travail en commun est définit c'est-à-dire l'entreprise

L'économie fusionne ces deux types de conventions pour construire un espace conventionnel qui porte sur la qualité des acteurs engagés dans l'échange, ayant pour repère les comportements « normaux » supposés connus et partagés.

« Chaque espace d'échange est repérable comme un système de gouvernement associant des individus et des conventions de qualification.»

Selon Verstraete Le marché dit « standard » est une convention particulière qui se caractérise par sa faible complexité et des échanges fondés sur la compétition. Les parties prenantes de l'entreprise sont intéressées par sa survie, or elles sont confrontées à une incertitude quant à la poursuite de son activité. La Théorie des conventions s'attache à décrire le référentiel commun aux parties prenantes, à modéliser le système d'information qui « fait écran » entre eux et leur permet d'être convaincus que les règles du jeu sont respectées, voire le seront. L'entreprise est une organisation qui « normalise les relations entre les individus dans la logique de la contribution à un objectif commun ».

Etant donné que chaque entreprise soit une convention d'effort particulière ayant pour finalité l'évolution, la firme est un système dynamique apte à modifier ses règles, de se renforcer et se développer mais aussi de disparaitre.

D'autre part, multiples recherches se focalisent sur une vision relativement cohérente de l'entreprise comme lieu de confrontation collective à l'incertitude dans une perspective de rentabilité (Ughetto, 2000). On ne peut pas assimiler l'entreprise à la seule réunion contractuelle d'individus mus par leurs intérêts. L'apprentissage collectif et les conventions de qualité et de travail permettent de définir l'entreprise (Orléan, 1989). Cette dimension collective, issue de la coordination par des règles et des conventions, permet de faire face à l'incertitude du marché.

1.3.2 la théorie des conventionset la création d'entreprise

Verstraete affirme que le passage du possesseur de ressources en partie prenante d'un projet de création d'entreprise, il faut adhérer à la proposition du créateur et croire en sa pérennité ; cette adhésion est donc étudié par la théorie des conventions qui représente « un effort d'articulation entre le comportement des individus et les conventions collectivement admises par la reconnaissance d'un univers symbolique établissant les règles du jeu économique et constituant un lieu de représentations partagées permettant d'ériger des normes de conduites économiques et sociales ».

La convention est avant tout, la représentation d'un comportement adopté par un individu, ce dernier s'attend à ce que tous les autres individus s'y soumette également ((du moins, à un instant donné car la convention est un mode de régulation évolutif). Dans notre contexte de recherche le comportement des possesseurs de ressources est primordial, les parties prenantes ne peuvent se prononcer que si explicitement ou implicitement, la convention d'affaire semble rentable et génère un chiffre d'affaire jugé adéquat.

Cette convention prend en considération, les conventions déjà établits dans l'environnement que le créateur doit respecter, sauf dans le cas d'innovation, le créateur propose une nouvelle vision des affaires qui deviendra convention.

Même si, le créateur n'est pas en mesure de soumettre un projet parfait sans aucun risque à prendre, il peut proposer un projet raisonnable qu'il sera apte à défendre au prêt d'eux.

La première convention communicable présentant le projet et démontrant sa singularité réside dans le business modèle, que le créateur soumettra aux parties prenantes et qui devra répondre aux attentes collectives des éventuelles parties prenantes.

Cependant, cette convention ne peut, selon Varstraete, « pour une création d'entreprise, s'imaginer sans l'idée et sans l'opportunité que cette dernière représente. Plus encore, l'exercice de conviction est facilité par deux autres dimensions du projet d'entreprendre : la stratégie et le business plan. La stratégie concerne autant le lancement que la pérennité de l'affaire. Il s'agit de

montrer comment un avantage concurrentiel est construit sur la base d'un positionnement pertinent, d'une configuration organisationnelle efficiente, d'un réseau d'affaires, de performances atteignables, de compétences basées sur une capacité d'apprentissage notamment lorsque l'individu entreprend pour la première fois. Quant au business plan, il est une version rédigée de l'affaire (incluant toutes les dimensions évoquées précédemment, c'est-à-dire l'idée, l'opportunité, le BM, la stratégie) planifiant les actions concrètes envisagée » (Verstraete, Saporta, 2006)

- **Les niveaux de conventions de l'entrepreneur**[1]

Afin de faire adhérer les parties prenantes, l'entrepreneur est confronté à des conventions de niveaux distincts.

- Le premier, relatif à tout projet d'entreprendre, est de passer par le processus décrit précédemment, c'est-à-dire l'idée, le marché, le modèle d'affaires, la stratégie, le plan d'affaires. Tout possesseur de ressources sera susceptible d'adhérer au projet à condition, a minima, qu'il y ait une opportunité d'affaires (on parie que les clients seront au rendez-vous…) et, au mieux, un plan d'affaires formalisant tous les aspects du projet. A ce titre, le plan d'affaires ne peut se réduire à des mots couchés sur le papier. Il consacre l'exercice de mise au point d'un projet d'entreprendre, c'est-à-dire tout le travail fait en amont, le lancement imaginé en aval et comment tout cela est finançable au regard des performances estimées. Le BM lui, peut raisonnablement se situer au milieu du processus, puisqu'il est défendable avant la formalisation totale du projet, mais au moins sur la base d'une opportunité. Le BP est un document écrit, le BM une représentation devant devenir partagée.
- Le deuxième est relatif au secteur d'activité au sein duquel les entreprises ont leur conception de ce que sont les affaires et, donc, des conventions afférentes. Proposer une nouvelle convention, par exemple une innovation radicale, conduit à s'armer de patience (on peut se rapprocher des travaux sur la sociologie de l'innovation) et à établir des partenariats pour établir la future « norme ». Le rôle de l'entrepreneur innovant est de transformer le marché pour favoriser le processus d'innovation puis, lorsque les conditions

[1]Verstreatethierry, Cadrage théorique du buisness model et application à la création d'entreprise, CIFEPME 2006

de viabilité économique semblent réunies, ajuster l'innovation au marché (Benavent, Verstraete, 2000). Dans les environnements stables, il est très difficile de réussir sans connaître les conventions d'usage.

- Le troisième registre est relatif aux détenteurs de ressources sollicités, lesquels partagent des conventions qui leur sont propres et que l'entrepreneur doit connaître afin d'être entendu d'eux. Par exemple, il convient, non pas totalement mais en partie, de connaître et de comprendre les conventions à l'œuvre dans le domaine financier pour négocier avec la banque, le capital-risque, etc. Autrement dit, le créateur doit concevoir une véritable convention d'affaires autour de laquelle des possesseurs de ressources vont s'accorder pour y voir une bonne façon de faire des affaires en pariant que le projet afférent régulera de façon optimale les échanges de valeur escomptés entre toutes les catégories de parties prenantes. L'exercice de conviction s'inscrit directement dans la conception d'un buisness plan qui est ici vu comme le registre conventionnel recélant la façon dont l'entrepreneur compte s'y prendre pour réunir et réussir.

Section 2 : l'accompagnement à la création d'entreprise

L'accompagnement entrepreneurial s'inscrit dans la perspective de l'aide au conseil à la création et au management de l'entreprise. C'est une méthode fondée sur l'heuristique de la décision et sur la systémique (Julien, 1997). En fait, l'approche se veut collective et encourage le créateur ou le dirigeant à reproduire progressivement sa propre démarche intellectuelle dans le cadre des impératifs organisationnels et du contexte socio-économique général (Gartner, 1989).
Il faut dire que sur le plan micro-économique, tout un tas d'études et d'expérience montrent, qu'à l'instar de ce que proclamaient les auteurs néoclassiques, la toute jeune entreprise est extrêmement vulnérable pendant ses premières années face à des concurrents déjà bien établis, et, qui, par là, bénéficient ainsi d'un avantage concurrentiel.
L'idée a donc émergé d'aider tes jeunes entreprises, particulièrement sous ces 2 aspects : aide à trouver des fonds propres, accompagnement et suivi des entreprises dans leur développement.

2.1 Concept et fondements de l'accompagnement à la création d'entreprise

Les démarches d'accompagnement à la création d'entreprise sont désormais courantes et font partie des préoccupations socio-économiques des collectivités locales (Fourcade, 1991). En fait, le processus de création et de développement de l'entreprise s'inscrit dans un écosystème constitué par les agents socio-économiques du territoire concerné, en l'occurrence, les institutions locales, les réseaux de sous-traitances et de fournisseurs, les structures de recherche, les organismes de formation et les financeurs actuels et potentiels. Sous l'influence croisée de ces agents, le territoire peut connaître de notables transformations pour s'assurer une dynamique économique favorisée par les pratiques d'accompagnement (Fayolle, 1994; Saporta, 1994; LevanLemesle, 1998).

Les actions collectives de sensibilisation à la création d'entreprise et d'accompagnement des créateurs émanent de cette nécessité de dynamiser le territoire local (Smith,Dickson et Smith, 1991; Johannison, 1988; Geringer, 1988).

On remarque que, non seulement, ces actions contribuent à bâtir un environnement économique favorable au phénomène entrepreneurial, mais qu'elles participent aussi à l'aménagement du territoire.

La motivation du créateur et le positionnement de son système d'offres constituent les deuxconditions de base de tout projet entrepreneurial (Pendeliau, 1997; Lieury et Fendouil et, 1997). D'autres postulent que la jeune entreprise peut franchir plus facilement le cap des trois à cinq premières années si l'accompagnement se fonde sur un façonnement culturel (Hernandez

1999; Teece, Rumelt, Dosi et Winter, 1994). Celui-ci passe par une dimension professionnelle avec des partenaires du monde économique (chambres de commerce, chambres de métier, club de créateurs, banques, consultants, experts comptables, conseils juridiques, notaires, etc.) qui inscrivent leurs actions dans une démarche d'apprentissage relatif à la gestion des obstacles administratifs à la création d'entreprise et à l'intériorisation progressive des fonctions clés compte tenu du positionnement stratégique retenu (Bruyat 1994; Koenig, 1994; Baumard, 1995; Manfred et Mack, 1995). Certaines s'imposent d'office comme l'approche marketing, la production et la gestion comptable et financière. Le façonnement culturel intègre toutes ces dimensions à partir d'une structuration progressive du couple ressources/compétences rendue possible grâce à l'ensemble des partenaires jouant les rôles de courtier de l'information et de la formation (Julien, 1996).

Une telle démarche est à même de permettre à l'entrepreneur d'assurer avec plus d'efficacité ses premières fonctions

Le processus d'accompagnent fait apparaître les interactions entre les disciplines de manière concrète. Par exemple l'entrepreneur est obligé d'être commercial, financier, technicien ou négociateur. Celui qui est à ses débuts a besoin de conseils et d'assistance sans perdre son autonomie et sa fierté de créateur.

Il faut savoir qu'il existe différentes formes de soutiens. Les premiers, ce sont les soutiens financiers. Le deuxième, c'est le soutien stratégique. C'est le cas quand une société mère aide une entreprise créée par externalisation ou essaimage. Les troisièmes, ce sont les soutiens commerciaux. Ils permettent de débuter la production avec des commandes importantes. Ces soutiens peuvent être articulés autour d'un réseau susceptible d'offrir à l'entrepreneur des compétences plurielles.
Au sein du réseau, les projets se formalisent sous la responsabilité des accompagnateurs en interaction avec l'entrepreneur. Cette interaction est renforcée par la formation du futur dirigeant. Les actions de formation ont souvent une répercussion qui va au-delà de la réalisation des projets pris en compte. Elles contribuent à favoriser le développement de la culture

entrepreneuriale et de l'apprentissage stratégique. La meilleure adéquation peut être cherchée entre la théorie et la pratique. De ce fait, à l'issue de chaque réalisation, des informations doivent être collectées sur les conditions de mise en œuvre et sur les résultats prévisionnels compte tenu des futurs possibles. Le renforcement de la professionnalisation des contacts avec les partenaires locaux s'impose. Mais cette professionnalisation suppose le caractère global de l'accompagnement. Les compétences mobilisées ne peuvent qu'intégrer l'ensemble des besoins du créateur.

Il est clair que le point d'entrée de chaque programme d'accompagnement garde une certaine spécificité. Les compétences à mobiliser doivent être étudiées et cernées par les acteurs du réseau mis en place. On sait que la création ex-nihilo fait appel aux études et conseils stratégiques, financiers, juridiques et fiscaux et à la mise en place de toutes les politiques fonctionnelles (production, communication, vente, gestion ou ressources humaines)

2.1 Fonctions principales de l'accompagnement à la création d'entreprise

L'accompagnement est *centré sur la personne*. Le travail d'un expert-comptable est par opposition centré sur une prestation technique ; à la limite peu importe l'identité, l'histoire, le projet de la personne qui amène ses comptes, l'expert-comptable ne se préoccupe pas de l'intégralité du projet mais du formalisme des comptes. Ainsi l'accompagnement est fortement gourmand en *temps* et en *disponibilité*. Pour aider à la réalisation du projet il convient d'apprendre à le connaître ainsi que la personne qui le porte. Ceci demande donc du temps. C'est par le biais de plusieurs entretiens qu'une communication et une compréhension réciproques s'établiront. Le centrage sur la personne signifie aussi que cette dernière devra être perçue dans sa complexité et vis-à-vis de son environnement.
L'accompagnement passe par la *prise d'autonomiede la personne*. Il est plus facile, parce que plus rapide de faire à la place d'une personne plutôt que l'aider à s'approprier une méthode. Ainsi, certains soi-disant prestataires d'accompagnement rencontrent brièvement une personne, pioche rapidement de l'information et réalise un *business plan* pour le compte du créateur. Cette économie de temps (et donc d'argent) pour l'accompagnateur est fort préjudiciable pour le

créateur qui aura toutes les peines du monde à présenter « son » projet puisqu'il ne se le sera pas approprié complètement.

Au long de toutes les phases de l'accompagnement le maître mot est de « faire faire plutôt que de faire à la place de ». C'est l'unique moyen de permettre au créateur de s'approprier toutes les dimensions de son projet, et ainsi, de gagner en autonomie et en capacité à agir (Sen, 1987, 1999, 2000).

L'accompagnement doit *inclure la gestion de l'échec*. Dès l'accueil, l'accompagnateur doit être prêt à gérer un refus vis-à-vis du porteur de projet. Une grande responsabilité est associée à cette gestion du refus. Invalider un projet peut être perçu pour certains publics fragiles comme une remise en question de l'individu lui même.

Ici encore le porteur de projet ne doit pas avoir un simple technicien en face de lui, mais quelqu'un capable de faire prendre conscience des insuffisances du projet. De la même manière, si le projet n'obtient pas de financement, l'accompagnateur doit travailler avec le créateur pour corriger le tir, tout en expliquant objectivement le pourquoi de l'échec, sans tomber dans la facile opposition : «organisme de financement capitaliste» contre «accompagnateur solidaire».

Enfin, si l'entreprise fait faillite, l'entrepreneur devrait pouvoir trouver des relais capables de l'accompagner dans une phase pénible tant au niveau juridico-administratif que personnel.

L'accompagnement doit être *professionnel quel que soit le public*. Il a existé une tendance, largement battue en brèche aujourd'hui, de considérer que l'accompagnement à la création d'entreprise par les chômeurs ou les personnes en difficulté relevait de compétences plus « sociales » qu'« économiques ». Or même si les facultés d'écoute et de compréhension sont essentielles à l'accompagnateur (notamment face au public de chômeur-créateurs), elles ne doivent pas occulter les qualités professionnelles dans le champ bien spécifique de la création d'entreprise. Les organismes qui ont fait réaliser des accompagnements par des emplois-jeunes ou d'autres personnes motivées mais sans compétences propres dans le domaine se sont vite aperçus que les accompagnateurs apprenaient beaucoup mais que ce n'était pas précisément l'objectif. Les créateurs attendent des réponses rapides et professionnelles sinon ils ne reviennent pas car ils n'ont pas de temps à perdre.

L'accompagnement relève de la gestion de projet. Un projet après avoir été conçu est mis en œuvre. A ce titre la mise en œuvre est aussi importante que la conception (comment serait perçu

un cadre d'entreprise concevant des projets sans jamais les réaliser ?). Hors la majorité des dispositifs ne sont prévus que pour de l'accompagnement ante création (conception) et laissent de côté la réalisation (qui doit passer par un accompagnement post création)

2.3 Structures d'accompagnement, objectifs, limites, responsabilités

a) Accompagnement des porteurs de projets : *quels objectifs et quelles méthodes* ?

Les échanges ont fait apparaître un consensus certain sur les valeurs et notions clés de l'accompagnement. Il est nécessaire de « ne pas faire à la place de », bien qu'une distinction puisse s'opérer entre organismes institutionnels, financés par des fonds publics pour leurs missions, et opérateurs privés qui n'hésitent pas à utiliser des termes marchands pour qualifier leurs prestations d'accompagnement. On retrouve les notions d'autonomisation des porteurs de projet, et sur la nécessité de l'aide à la prise de conscience de ce qu'est un entrepreneur. Dans les logiques de l'accompagnement, ce dernier est actif dans son développement. Pour certain, le rôle de l'accompagnateur ne s'arrête évidemment pas là : dans un monde complexe, en perpétuel mouvement, il a pour rôle de sécuriser les porteurs de projets. Les méthodes employées sont aux antipodes du savoir descendant : les termes de parrainage et de compagnonnage sont apparus pour définir la posture adoptée par beaucoup. L'accompagnateur est assimilé bien plus ici à un intermédiaire, un médiateur qui oriente et qui aiguille le porteur de projet. Sa compétence s'affirme dans sa capacité à repérer, comprendre et diagnostiquer les problématiques rencontrées, et à mobiliser en face les bonnes réponses et les bonnes ressources. Pour y parvenir, l'accompagnateur se doit de coller au terrain, et de disposer d'une expertise reconnue. Certains ont soulevé la pertinence et l'efficacité des dispositifs collectifs par rapport aux entretiens individualisés, lorsqu'ils s'inscrivent dans des dynamiques de l'échange, et non de la transmission d'information verticale.

b) Évaluation : quelles limites des dispositifs d'accompagnement ?

La question de l'évaluation des dispositifs et des réponses mises en œuvre est que complexe. Il n'existe pas ou peu d'outils d'évaluation. Ce qui s'apparente à de la prestation intellectuelle est difficile à comptabiliser et à rationaliser facilement. Il a été pointé aussi le manque de données globalisées sur les effets des dispositifs, malgré des études sectorielles ou territoriales

foisonnantes. A ce titre, si l'accompagnateur opère sur une période précise du développement d'un projet, les résultats et les effets de cet accompagnement ne peuvent être suivis aisément sur des temps plus longs. La question de l'évaluation a permis de pointer les difficultés du métier d'accompagnateur, coincés entre les réalités et la capacité de réaction institutionnelle, qui ne fonctionne clairement pas sur le même tempo et la même vitesse.

L'évaluation devient ainsi extrêmement compliquée lorsque des dispositifs deviennent obsolètes à peine terminés, et que le cadre administratif, réglementaire et institutionnel s'adapte mal à un monde en mutation constante et rapide. Les formes de structurations et les cadres de financements imposés s'adaptent de la même manière mal au monde de la culture et à la question de l'entrepreneuriat culturel. Se posent in fine la question de la capacité des professionnels de l'accompagnement à faire bouger et évoluer ces cadres et ces formes, dès lors qu'ils ne sont pas invités aux commissions qui les forgent... C'est enfin la capacité d'expérimenter qui est mise sur le tapis : les temporalités de l'action publique ne permettent pas de tester des dispositifs et d'innover dans les réponses apportées. Il s'agirait finalement de sortir de ce qui se fait pour aller vers ce qui va se faire.

c) *Quelle responsabilité des structures d'accompagnement ? Et quelle durabilité de leurs actions ?*

Si l'accompagnement se définit bien comme une prestation de diagnostic, de préconisations et de mise en œuvre de réponses adaptées, le porteur de projet demeure le seul maître à bord. Ses choix, et la qualité intrinsèque de son produit – élément central de la viabilité même de l'entreprise – ne dépendent que de lui. A ce titre, les professionnels de l'accompagnement ont bel et bien une obligation de moyens, mais pas de résultats. La sécurisation des parcours d'entrepreneurs passe avant tout par la mise en œuvre de montage financier complexe : fonds publics, fonds d'investissement et fonds privés, fonds participatifs... Il est dans cette logique primordiale de diversifier les sources, afin que la durabilité des projets ne puisse être remise en cause par un excès de fonds publics, non sécurisés car dépendant de la volonté politique. Il a enfin été émis l'idée que la durabilité des projets passe aussi par la remobilisation des entrepreneurs sur leur cœur de métier : l'innovation, la création, la prospective, en insistant sur la nécessité de déléguer toutes les tâches qui ne relèvent pas de la dynamique de projet (tâches administratives particulièrement) à d'autres.

Section 3 : Les différents organismes institutionnels d'aide à la création d'entreprise en Algérie :

Au début des années 1990, les mutations économiques ont affecté le marché de l'emploi. Le passage d'une économie planifiée vers une économie libérale a augmenté le taux de chômage étant donné que l'Etat est passé du rôle d'employeur et investisseur à celui de régulateur.

Le salariat et le plein emploi ont été, de ce fait, supplantés par des mécanismes d'économie de marché, accompagnés dans une phase transitoire, du soutien de l'Etat aux revenus et à la création d'activité.

Ainsi le Gouvernement algérien a mis en place plusieurs dispositifs pour favoriser la création d'entreprises. Ces dispositifs sont gérés par les quatre organismes suivants :

• L'Agence pour le Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ) ;

• L'Agence Nationale pour la Gestion du Micro crédit (ANGEM) ;

• L'Agence Nationale pour le Développement de l'investissement (ANDI),

• La Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC)

Ces organismes sont sensé avoir la capacité et le savoir-faire pour financer les projets de création d'entreprises qui leur sont présentés.

Cette section fera guise de présentation des différents dispositifs institutionnels d'aide à la création d'entreprise

2.3.1 L'ANDI

Initialement APSI, Agence de Promotion, de Soutien et de Suivi de l'investissement de 1993 à 2001, puis ANDI, Agence Nationale de Développement de l'investissement, est une institution gouvernementale mis en place pour faciliter, promouvoir et accompagner l'investissement et la création d'entrepriseà travers des stratégies d'incitation qui s'organisent autour de mesures d'exonération et de réduction fiscale.

Deux régimes d'avantages sont proposés :

- Le régime général : il s'applique aux investissements courants réalisé en dehors des zones à développer
- Le régime dérogatoire : il s'applique aux investissements courants réalisés dans les zones à développer et à ceux présentant un intérêt particulier pour l'Etat

- ***Les missions de l'ANDI***
    - Accueillir, conseiller et accompagner les investisseurs au niveau de ses structures centrales et régionales ;
    - Formaliser sur une base d'équité et dans des délais intéressants les avantages prévus par le dispositif d'encouragement ;
    - Veiller à l'exécution concertée avec les différentes institutions concernées (Douanes, impôts… etc)
    - Contribuer à la mise en œuvre des politiques et stratégies de développement, en synergie avec les secteurs économiques concernés ;
    - Insérer les investisseurs potentiels dans son réseau de partenaires.

Le guichet unique de l'ANDI

L'ANDI est présente dans toutes les wilayas du pays à travers les « **guichets uniques** décentralisés »

Le guichet unique décentralisé est une structure regroupant les représentants locaux de l'ANDI et les organisations et administrations concernées par l'acte d'investissement, ces derniers sont :

- Le centre national du registre de commerce
- Les services des impôts
- Les services des domaines
- Les services de douanes
- Les services d'urbanisme
- Les services d'aménagement du territoire et de l'environnement
- Les services de l'emploi et du travail

- Les représentants de la CNAS ET LA CASNOS
- Les représentants de l'APC

Le guichet unique a pour vocation d'être l'interlocuteur unique du promoteur dans le but d'alléger et de faciliter les formalités et procédures administratives relatives au projet d'investissement.

A ce titre, Il est en charge, d'accueillir l'investisseur, réceptionner sa déclaration, établir et délivrer l'attestation de dépôt et de la décision d'octroi d'avantages, ainsi que de la prise en charge des dossiers en rapport avec les prestations des administrations et organismes représentées au guichet unique, de leur acheminement en direction des services concernés et de leur bonne finalisation.

2.3.2 L'ANGEM

Suite au séminaire international tenu en décembre 2002 sur « l'expérience du micro crédit en Algérie » d'une part, et des recommandations faites par les experts de la micro finance, **l'Agence Nationale de Gestion des Micros Crédit « ANGEM »** fut crée par le décret exécutif N° 04-14 du 22 janvier 2004 et ceci dans le but de luter contre le chômage et développer l'esprit entrepreneurial à travers la création d'activités de production de biens et de services aidant ainsi à l'intégration économique et sociale des populations ciblées ; effectivement ce dispositif est destiné aux femmes au foyer et aux citoyens sans revenus ; ce dispositif comporte deux types de financement :

- Un crédit destiné pour les **projets :** ce crédit dont le cout ne dépasse pas **1.000.000 DA,** est accordépour la création d'activité par l'acquisition de petits matériels ; matière première de démarrage et pour le paiement des frais nécessaire au lancement de l'activité ; ce dernier à un délai de remboursement allant jusqu'à 8 années.
- Un prêt dont le cout ne dépasse pas les **100.000 Da,** accordé pour l'achat des matières premières, ce dernier est remboursable entre 24 et 36 mois.

Les missions de l'ANGEM:

- Gérer le dispositif du micro crédit
- Soutenir, conseiller et accompagner les bénéficiaires du micro crédit
- Former selon le besoin les bénéficiaires du micro crédit
- Assurer le suivi des activités réalisées par les bénéficiaires

Les conditions d'éligibilité pour le dispositif de l'ANGEM

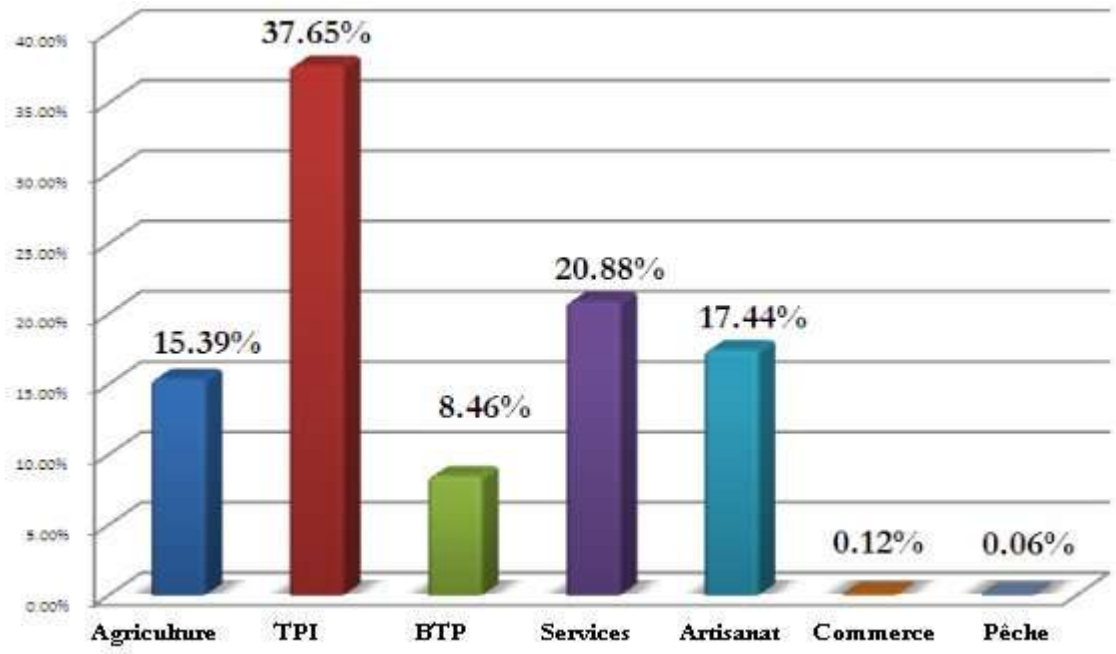
- Etre âgé de dix-huit (18) ans et plus ;
- Etre sans revenus ou disposer de petits revenus instables et irréguliers ;
- Avoir une résidence fixe ;
- Posséder un savoir-faire ou une qualification en relation avec l'activité projetée ;
- Ne pas avoir bénéficié d'une autre aide à la création d'activités ;
- Mobiliser un apport personnel ;
- S'engager à rembourser le crédit bancaire selon un échéancier arrêté ;
- S'engager à rembourser à l'ANGEM, le Montant du PNR selon un échéancier arrêté.

Répartition des crédits octroyés par genre et par secteur d'activité

1. **Répartition par genre**

Genre	**Nombre**	**Part(%)**
Femmes	384 063	61,70%
Hommes	238 418	38,30%
Total	**622 481**	**100,00**

2. **Répartition des crédits octroyés par secteur d'activités**



3. Répartition des crédits octroyés par type de financement

Type de financement	Nombre de crédits	Part par programme	Nombre d'emplois créés
Financement Achat de Matières Premières	574 459	92,28%	861 688
Financement triangulaire « ANGEM-Banque-promoteur »	48 022	7,72%	72 033

Les statistiques présentées ci-dessus démontrent que le dispositif ANGEM, connait un succès auprès des femmes, et des activités nécessitant un minimum de financement.

2.3.3 LA CNAC

Crée en 1994, cette institution publique de sécurité sociale, sous tutelle du ministère de l'emploi, du travail et de la sécurité sociale, était destinée à atténuer les effets sociaux résultants des licenciements massifs de travailleurs salariés du secteur économique, cependant cette dernière a

connu différentes étapes dans son parcours, se chargeant ainsi de nouvelles missions confiées par les pouvoirs publics ;

A cet effet, ce n'est qu'en 2004, faisant suite au plan de soutien à la croissance économique en luttant contre le chômage et la précarité, que la CNAC s'est employée en priorité à la mise en œuvre du dispositif de soutien à la création d'activité pour les chômeurs âgés entre 30 et 50 ans

Ayant pour objectif, la promotion, le développement de l'esprit entrepreneurial, et l'incitation à la création d'activité, la CNAC à pour principales missions d'accompagner et d'assister le promoteur dans le lancement de son projet, et faire le suivi par la suite

Conditions d'éligibilité :

- le promoteur doit avoir une inscription à l'ANEM datant d'au moins un (1) mois
- le promoteur doit être âgé entre 30 et 50 ans
- l'accès au dispositif nécessite un diplôme ou une qualification requise ayant une relation avec la nature du projet soumis.

L'acheminement du dispositif de la CNAC ressemble à celui de l'ANSEJ (qui sera détaillé dans le point suivant), à un détail près, résidant dans la tranche d'âge spécifié. C'est ainsi que le reste des détails concernant le dispositif de la CNAC seront complété lors du prochain point.

2.3.4 L'ANSEJ

Cette agence crée en 1996, dédié au soutien à l'emploi de jeunes, est celle qui bénéficie de la plus grande notoriété auprès de la population algérienne, le dispositif que propose cette dernière se fixe deux objectifs principaux :

a) Favoriser la création d'activité de biens et de services par les jeunes promoteurs.
b) Encourager toutes formes d'actions et de mesures tendant à promouvoir l'emploi des jeunes.

Ce dispositif offre deux types d'investissement :

- l'investissement de création ;

- l'investissement d'extension pour les micro-entreprises, accompagnées par l'ANSEJ et qui sont en situation de croissance.

Le plafond d'investissement, en création comme en extension est fixé à dix (10) millions de dinars depuis 2004, (l'historique du dispositif sera développé dans la section qui suivra)

les modes de financement

Le dispositif prévoit deux modes de financement :

a. *Le financement triangulaire, qui inclut :*
   - l'apport personnel
   - le Prêt Non Rémunéré (PNR)
   - le crédit bancaire.
b. *Le financement mixte, qui inclut :*
   - l'apport personnel ;
   - le Prêt Non Rémunéré (PNR)

Ainsi c'est sur ce dispositif que notre enquête va porter et traité dans le dernier chapitre de notre présent mémoire

Partie II

Cadre pratique.

Chapitre III

Evaluation du dispositif institutionnel de l'ANSEJ

Les dispositifs d'appui à la création d'entreprise, sur lesquels nous,constituent le dernier et le plus opérationnel des milieux entrepreneuriaux, car ils ont pour objectif explicite d'impulser et de pérenniser les flux d'entreprises nouvelles sur un territoire donné, lors de la dernière section du chapitre précédent nous avons abordé les différents dispositifs d'aides à la création d'entreprise en Algérie, dans notre cadre pratique, le choix s'est porté sur l'ANSEJ, pour sa notoriété auprès de la population algérienne, pour ses réalisations, mais surtout pour la catégorie qui lui est reliée : les jeunes algériens

Lors de ce chapitre nous allons évaluer le dispositif de l'Agence National de Soutien à l'Emploi de Jeune. Et cela en répartissant ce dernier en trois sections : la première sera une biographie de l'ANSEJ, la deuxième sera une évaluation statistique des activités de l'ANSEJ depuis sa création jusqu'à fin 2014 et enfin lors de la dernière section nous présenterons notre cas pratique pour évaluer le dispositif en question.

Section 1 : Présentation de l'agence nationale de soutien à l'emploi de jeune

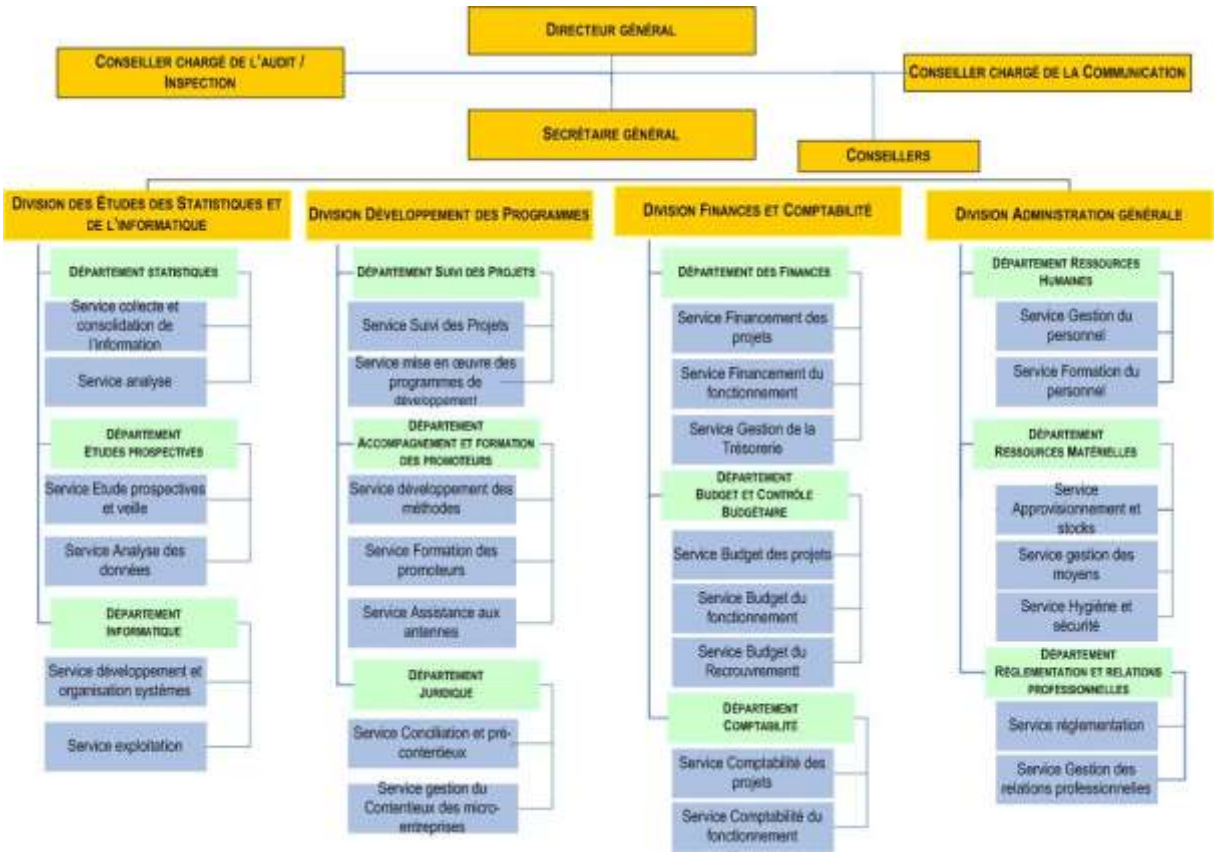
Cette section a pour but de présenter l'agence dans laquelle nous avons effectué notre enquête, l'ANSEJ est une agence crée en 1996, dédié au soutien à l'emploi de jeunes, cette dernière bénéficie de la plus grande notoriété auprès de la population algérienne, le dispositif que propose cette dernière se fixe deux objectifs principaux :

c) Favoriser la création d'activité de biens et de services par les jeunes promoteurs.
d) Encourager toutes formes d'actions et de mesures tendant à promouvoir l'emploi des jeunes.

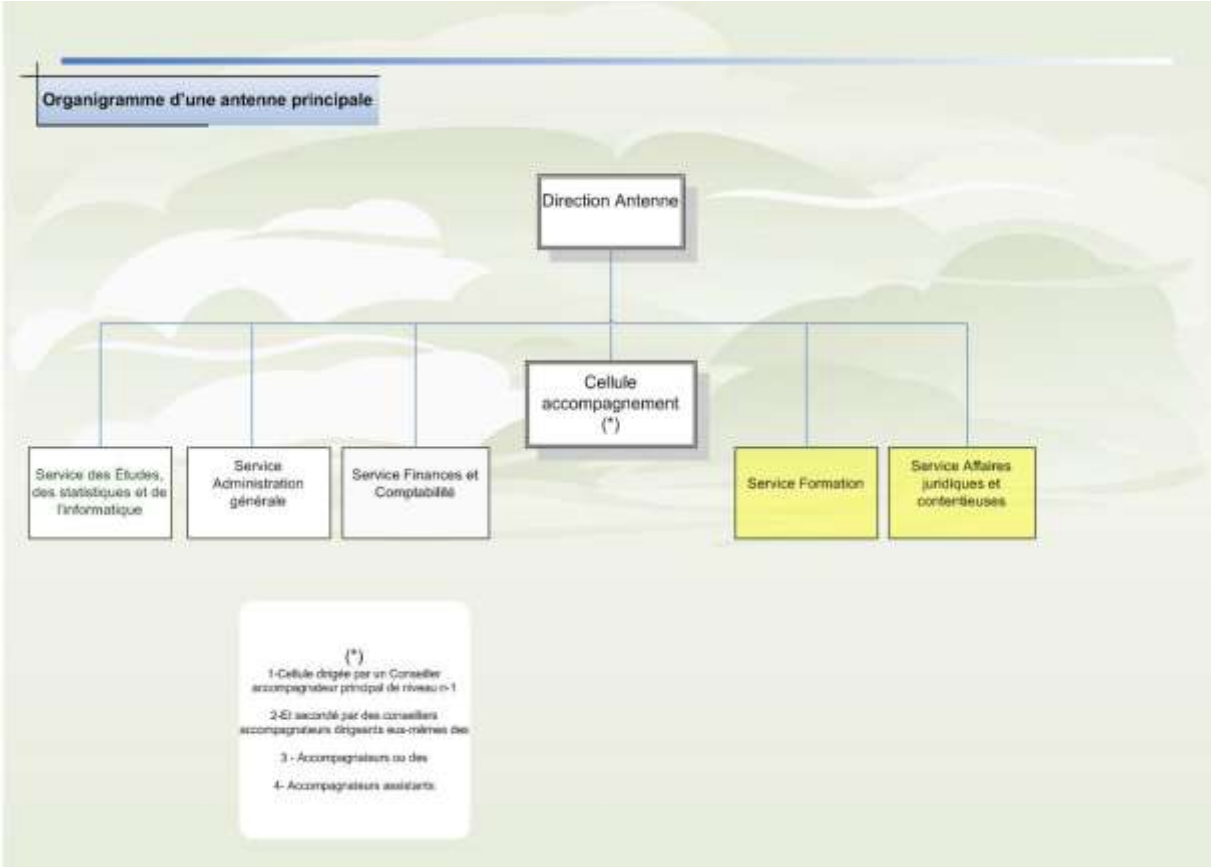
3.1.1 L'ANSEJ:

3.1.1.1 Organigramme de l'ANSEJ

- ***La direction générale***



- ***Les antennes***



3.1.1.2 Evolution et historique du dispositif de l'ANSEJ

Ce dispositif d'accompagnement à la création de micro entrepris, mis en œuvre par l'ANSEJ, à partir du deuxième semestre de l'année 1997, a connu six moments importants :

- **2003 : lors du séminaire des walis sur l'emploi des jeunes**

Cette évaluation a donné lieu à :

- Un relèvement du seuil de l'investissement de quatre (04) à dix (10) millions dinars ;
- Au réaménagement des niveaux de l'apport personnel, passés respectivement de 5, 10 et 15 % à 5 et 10 % ;
- L'introduction de l'extension des capacités de production des micros entreprises en phase d'expansion, avec le même schéma d'avantages et aides prévus à la création.

- **2007 : Réorganisation de l'agence :**

Les réformes engagées au niveau de l'Agence ont permis :

- le recentrage des activités autour de l'accompagnement, mission principale de l'Agence ;

- la refonte de l'organisation ;
- la déconcentration du pouvoir de décision vers les antennes ;
- la décentralisation de la mise en œuvre du dispositif au niveau local par la création de commissions locales d'étude du financement des projets ;
- la densification du réseau (création d'annexes de wilayas déléguées et de grandes dairas) ;
- la professionnalisation des effectifs ;
- l'implication de l'ensemble des secteurs et acteurs locaux et leur appropriation du dispositif (Commission de sélection regroupant les différentes institutions).

❖ **<u>2008 :</u> décisions du gouvernement relatives à la redynamisation des dispositifs de création d'activités, à travers, notamment :**

- La facilitation de l'accès au crédit bancaire
- L'amélioration des prestations par un accompagnement individualisé
- Le travail de proximité par l'extension du réseau de l'agence : ouverture d'annexes au niveau de certaines dairas et des circonscriptions administratives

❖ **<u>2011</u> décisions du gouvernement relatives à la revalorisation des dispositifs de création d'activités, essentiellement par :**

- la revue à la baisse de l'apport personnel à 1% ou 2% du coût d'investissement

- Le relèvement du PNR à 29% ou 28% du coût d'investissement

- trois PNR supplémentaires :

  - ✓ PNR Cabinet groupé
  - ✓ PNR Véhicule atelier
  - ✓ PNR Location

❖ **2013 décisions du gouvernement concernant la suppression, des intérêts relatifs au crédit bancaires :** Quel que soit le projet et la zone d'activité, le taux de bonification est généralisé et atteint les 100 %

❖ **avril 2014, allègement du dossier administratif, et réduction des délais de traitement :**

- pour le premier dépôt, le promoteur n'a besoin que de la CIN et du formulaire regroupant les informations nécessaires, ce dernier est téléchargeable sur le site de l'agence

- le passage en commission de sélection ne doit pas dépasser les 15 jours
- La vérification de la qualité de chômeur n'est pas un préalable pour le passage au CSVF.

Que représente le CSVF ?

Afin d'assurer à la micro entreprise, un plus grand taux de réussite et ce, par une plus grande intégration dans l'environnement local et / ou régional, ces commission on été crée, regroupant ainsi tous les acteurs des institutions, organismes et collectivités locales ayant le pouvoir d'apporter une valeur ajoutée aux promoteurs et leurs projets soumit.

Le CSVF comme son nom l'indique est un comité ayant pour mission de sélectionner, valider et financer les projets présentés par les jeunes promoteurs.

3.1.1.3 les principales missions de l'ANSEJ :

Afin d'atteindre les objectifs, précédemment cités, l'agence se donne pour mission de :

- Soutenir, de conseiller et d'accompagner les jeunes promoteurs dans le cadre de la mise en œuvre de leurs projets d'investissements ;
- Assurer le suivi des investissement réalisés par les jeunes promoteurs en veillant au respect des clauses des cahiers des charges qui les lient à l'agence et en les assistant, en cas de besoin, auprès des institutions et organismes concernés par la réalisation des investissements ;
- Encourager toute autre forme d'actions et de mesures tendant à promouvoir la création et l'extension d'activités ;
- Mettre à la disposition des jeunes promoteurs toutes les informations de nature économique, technique, législative et réglementaire, relatives à l'exercice de leurs activités ;
- Créer une banque de projets économiquement et socialement utiles ;

- Passer des conventions avec tout organisme, entreprise ou institution administrative publique ayant pour objet de faire réaliser, pour le compte de l'Agence, des programmes de formation des jeunes promoteurs.

3.1.2 Présentation sommaire du dispositif ANSEJ :

3.1.2.1 Conditions d'éligibilité du jeune promoteur à l'aide du fonds national de soutien à l'emploi des jeunes

- Etre âgé de 19 à 35 ans. Lorsque l'investissement génère au moins trois (03) emplois permanents (y compris les jeunes promoteurs associés dans l'entreprise), l'âge limite du gérant de l'entreprise créée pourra être porté à quarante (40) ans
- Etre titulaire d'une qualification professionnelle et/ou posséder un savoir-faire reconnu en relation avec l'activité projetée.
- Ne pas occuper un emploi rémunéré au moment de l'introduction de la demande
- Mobiliser un apport personnel en numéraire ou en nature.

3.1.2.2 Montage financier

Le montage financier est structuré selon deux niveaux d'investissement:

- investissements jusqu'à 5.000 000 DA
- investissements situés entre 5.000 001 DA et 10.000 000 DA

Structure de financement des projets :

i. Investissement jusqu'à 5.000.000 DA

Mode de financement	Apport personnel	PNR	Crédit bancaire

Financement triangulaire	**01%**	**29%**	**70%**
Financement mixte	**71%**	**29%**	**/**

ii. Investissement entre 5.000.001 DA et 10.000 000 DA

Mode de financement	Apport personnel	PNR	Crédit bancaire
Financement triangulaire	**02%**	**28%**	**70%**
Financement mixte	**72%**	**28%**	**/**

3.1.3 <u>Aides et avantages :</u>

Des aides financières et avantages fiscaux sont accordés dans le cadre du dispositif de soutien à l'emploi des jeunes. Il s'agit :

a) Le prêt non rémunéré :

La création ou l'extension de micro entreprise obéit à un montage financier qui fait intervenir le prêt non rémunéré du FNSEJ tel que décrit précédemment.

b) La bonification des taux d'intérêts pour le crédit bancaire :

Les taux des crédits octroyés par les banques sont bonifiés par le biais du Fonds National de Soutien à l'Emploi des Jeunes, à hauteur de 100 % pour tous les projets présentés, quelque soit la zone d'activité

c) La prime de particularité technologique

A titre exceptionnel, une prime est octroyée par l'ANSEJ aux projets présentant une particularité technologique appréciable. Cette prime ne peut toutefois excéder 10% du coût du projet

d) La formation des promoteurs

Les différentes analyses internes des résultats, ont permis d'identifier, au niveau de l'inventaire des facteurs d'échecs des micro entreprises, la question de leur gestion par des promoteurs, qui nécessitent un appui à travers des cycles de formation de courtes durées, destinées à renforcer

leurs capacités managériales dans divers domaines, à l'exemple du marketing, la comptabilité, la GRH….

A partir de janvier 2008, tous les promoteurs dont les projets sont validés bénéficient d'une formation de préfinancement, totalement prise en charge par l'ANSEJ. Cette forme d'accompagnement est un avantage non financier.

e) Les avantages fiscaux :

Les jeunes promoteurs bénéficient d'avantages fiscaux sous forme de franchise et réduction, au moment de la réalisation et sous forme d'exonération lors de l'exploitation de leurs projets. Ces avantages sont accordés tant en phase de création que lors de l'extension des capacités de production.

✓ **En phase de réalisation du projet (création et extension):**

- Franchise de la TVA pour les acquisitions de biens d'équipements et de service entrant directement dans la réalisation de l'investissement ;
- Application du taux réduit de 5% en matière de droits de douanes pour les équipements importés et entrant directement dans la réalisation de l'investissement ;
- Exemption du droit de mutation à titre onéreux au taux de 8% pour les acquisitions immobilières effectuées dans le cadre de la création d'une activité industrielle ;
- Exonération totale des droits en matière d'enregistrement pour les actes constitutifs de sociétés ;
- Exonération de la taxe foncière sur les constructions et additions de constructions pendant une période de trois ans à compter de leur achèvement. Cette exonération peut être portée à six ans, lorsque les constructions sont installées dans des zones à promouvoir.

✓ **En phase d'exploitation du projet :**

- Exonération totale de l'impôt sur le bénéfice des sociétés (IBS)
- Exonération totale de l'impôt sur le revenu global (IRG).

Cette exonération porte sur une durée de trois (03) années fiscales. Lorsque le projet est implanté dans une zone spécifique, cette période est portée à six (06) ans.

Cette période d'exonération est prorogée de deux(2) années lorsque le promoteur s'engage à recruter au moins trois (3) employés pour une durée indéterminée.

3.1.4 La stratégie de l'agence

En tenant compte des missions qui lui sont assignées, la stratégie de l'Agence tient en ligne de compte les populations concernées, l'environnement économique, l'environnement réglementaire et administratif et les moyens mis à sa disposition. La stratégie actuelle de l'Agence tend à :

- répandre et inculquer la culture entrepreneuriale dans les milieux juvéniles ;
- contribuer à la lutte contre le chômage par l'économique ;
- contribuer au développement local ;
- participer au développement de la petite et moyenne entreprise.

Pour ce faire, l'Agence a pris les mesures suivantes :

- mettre en place une politique de communication
- Impliquer l'ensemble des acteurs locaux (économique, technique, administratif et société civile)
- élargir la présence de ses démembrements aux wilayas déléguées et grandes dairas
- renforcer les capacités managériales de son personnel.

3.1.5 L'accompagnement au sein de l'ANSEJ

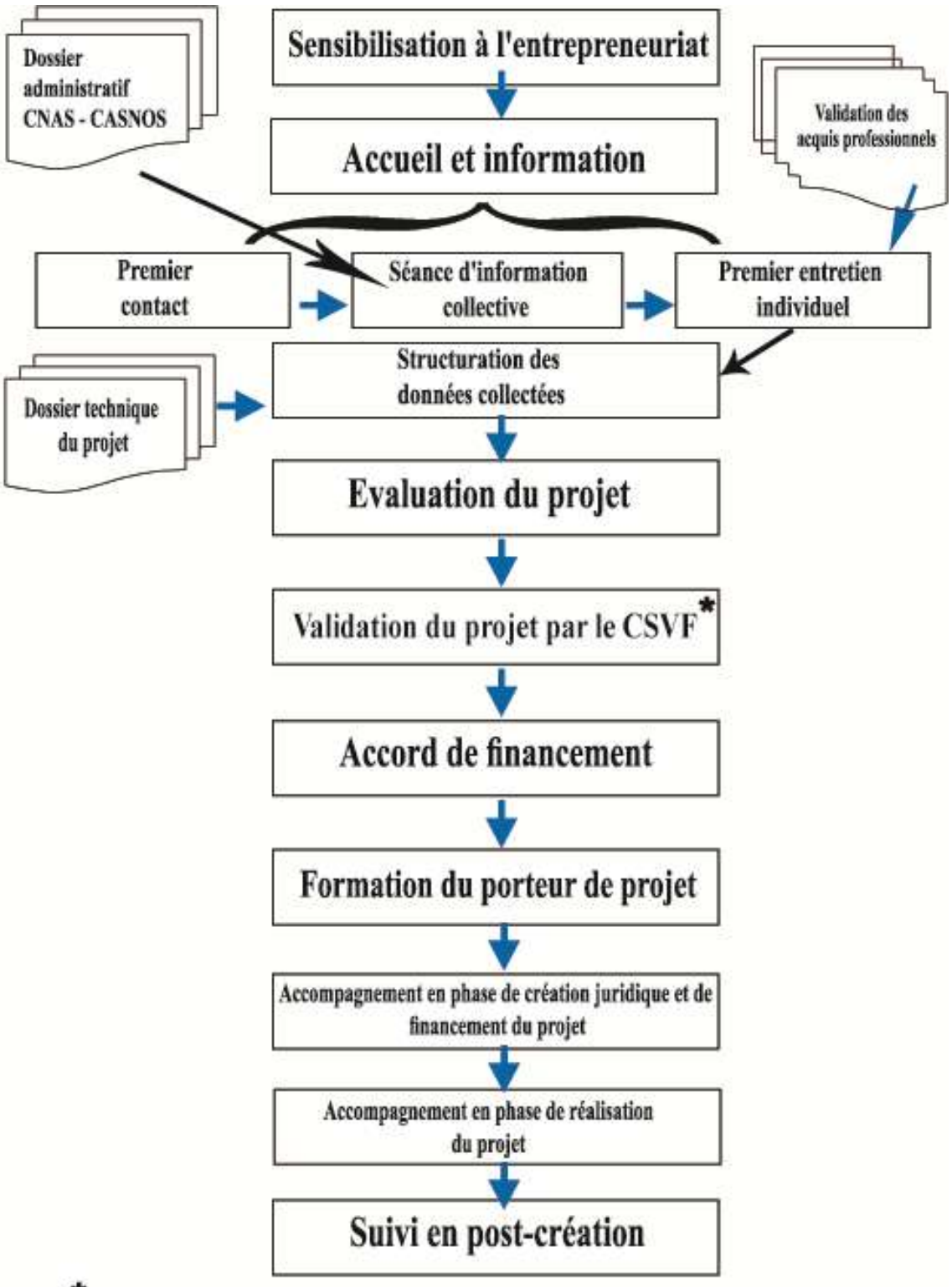
L'accompagnement s'inscrit au cœur de la mission de l'ANSEJ, il faut dire que les avantages du dispositif proposé par l'ANSEJ, auront que peu d'effet sur la dynamique de création de l'entreprise si le processus d'accompagnements fait défaut.

En d'autres termes, l'accompagnateur se voit attribuer une responsabilité sociale qui est de former une société d'entrepreneurs contribuant à la régénération et au développement du tissu économique.

A cet effet, nous avons choisi de définir le processus de création d'entreprise par l'accompagnement, ainsi de présenter les objectifs auxquels l'accompagnateur doit se tenir, et des

taches à exécuter, dans un autre (dans le prochain chapitre) une étude pratique sera réalisé afin d'évaluer la mise en œuvre du processus en question.

<u>Les étapes de création par l'accompagnement</u> :



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

3.1.5.*1 Sensibilisation à l'entrepreneuriat :*

Cette action n'est pas une étape en soi dans le parcours du jeune. Elle est intemporelle dans le sens où elle peut se faire à tout moment en fonction du contexte.

Objectifs :

- Donner globalement envie d'entreprendre ;
- Créer une culture favorable à la création d'activités ;
- Valoriser l'esprit d'entreprendre ;
- Présenter sommairement le dispositif ANSEJ.

Démarches à suivre :

- Mettre en œuvre les actions de sensibilisation en direction des jeunes, en partenariat avec les structures du système éducation-formation, les collectivités locales, mouvement associatif, etc.

3.1.5.*2 Accueil et information*

On distingue trois phases :

- Phase 1 :***Premier contact***

Cette phase consiste en un premier contact du jeune avec l'antenne ou l'annexe de l'ANSEJ. On part de l'à priori que le jeune a eu une vague connaissance du dispositif (via le site, dépliants, affiches, actions de sensibilisation ou par ouï-dire). Il vient pour la première fois pour s'informer et s'orienter

Objectifs :

- Orienter le jeune en cas de besoin (en fonction de ses objectifs et des conditions d'éligibilité au dispositif).
- Inscrire le jeune à une séance d'information collective

Démarches à suivre :

- Accueillir le jeune (chargé de l'information/orientation)
- Recueillir les informations sur le jeune et son idée de projet (fiche signalétique)
- Orienter le jeune en cas de besoin vers d'autres dispositifs (formation qualifiante, CNAC, ANGEM, DAIP, ANEM, …)
- Inscrire le jeune à une séance d'information collective

➢ Phase 2 :***séance d'information collective***

Séance animée par un accompagnateur.

A ce stade, le jeune va réellement découvrir ce que le dispositif ANSEJ peut lui apporter en matière d'accompagnement, et comment il devra éventuellement procéder pour approfondir son objectif de création d'entreprise. Il est également mis en contact avec d'autres jeunes, ce qui lui permettra, par comparaison, d'évaluer son idée de création d'entreprise.

Objectifs :

- Donner une information claire et précise sur le dispositif ANSEJ et les conditions de création d'entreprise
- Inculquer la démarche qualitative de la création d'entreprise
- Promouvoir l'échange entre les jeunes
- Exercer une démotivation positive

Démarches à suivre :

- Animer des séances interactives
- Présenter le dispositif ANSEJ et la démarche de création d'entreprise
- Expliquer la démarche qualitative du parcours de l'accompagnement
- Remettre et expliquer le questionnaire de base
- Réceptionner les pièces administratives demandées (statut chômeur)
- Fixer un RDV pour un entretien individuel

- Phase 3 : ***premier entretien individuel***

Séance animée par un accompagnateur qui suivra le jeune jusqu'à la réalisation du projet.

Après inscriptions, et dépôt du dossier demandé au promoteur, l'accompagnateur aborde avec lui, le premier entretien individuel.

Objectifs :

- Installer la relation (accompagnateur – porteur de projet)
- Connaître les motivations du jeune par rapport à son idée de projet et au parcours de l'accompagnement
- Arriver à une description précise de l'activité envisagée
- Entreprendre la démarche de validation des qualifications et des acquis professionnels
- Vérifier l'adéquation (Porteur de projet / Projet)
- Impliquer le porteur de projet à effectuer les recherches nécessaires pour préparer au mieux son projet

Démarches à suivre :

- Ré expliquer le parcours de l'accompagnement
- Orienter le jeune vers le réseau du secteur de la formation professionnelle, des chambres professionnelles pour la validation de ses compétences, si nécessaire.
- Examiner le questionnaire de base avec le porteur de projet
- Identifier les points forts et les points faibles du porteur de projet (savoir, savoir-faire)
- Remettre et expliquer les outils de recueil d'informations relatives au marché, aux équipements et aux matières et fournitures
- Remettre la liste des pièces constitutives du dossier technique
- Signature du contrat d'accompagnement
- Fixer un RDV pour le prochain entretien individuel

3.1.5.3 Structuration des données collectées

Objectifs :

- Structurer et organiser les informations collectées par le porteur de projet

- Vérification de l'adéquation produit / Marché
- Détection des besoins en formation du porteur de projet
- Déterminer les choix fondamentaux (commerciaux et économiques, techniques, ressources humaines, juridiques et financiers).

Démarches à suivre

- Analyse des informations collectées (l'étude de marché, étude d'implantation,…) ;
- Déterminer les choix commerciaux et économiques
- Déterminer les choix techniques
- Déterminer les choix des ressources humaines
- Déterminer les choix juridiques
- Déterminer les ressources financières

3.1.5.*4 Évaluation du projet*

A ce niveau intervient l'évaluation du projet, la vérification de sa faisabilité, la mesure de sa rentabilité et la finalisation du business plan ou étude technico-économique avec le porteur de projet avant de transmettre le dossier au Comité de Sélection, de Validation et de Financement des projets**(CSVF).**

Objectif:

- Elaboration du dossier technico-économique et appréciation de la rentabilité du projet en fonction des choix arrêtés.

Démarches à suivre

- Etude de l'investissement
- Etude du financement
- Etude économique de l'exploitation
- Etude de rentabilité

3.1.5.*5 Validation du projet par le CSVF*

Objectif:

- Appréciation technique et validation du projet par le CSVF.

Démarches à suivre

- Soumettre le projet au CSVF par l'ANSEJ

- Présentation du projet par le jeune promoteur

- Etude du projet par le CSVF

- Réception du PV établi par le CSVF :

Accord : Attestation d'éligibilité signée par le Directeur d'antenne.

Rejet : Notification du rejet par le directeur d'antenne

En cas de recours : le projet sera soumis de nouveau à l'étude au niveau de l'antenne avant sa présentation au CSVF

3.1.5.*6 Accord de financement*

Deux modes de financement :

- **Financement mixte :**

L'apport du jeune promoteur est complété par le prêt non rémunéré de l'ANSEJ.

- **Financement triangulaire :**

L'apport du jeune promoteur est complété par le prêt non rémunéré de l'ANSEJ et un crédit bancaire.

Dans le cas du financement triangulaire, l'objectif de cette étape est l'obtention du crédit bancaire.

Démarches à suivre

- Préparer le porteur de projet à négocier un crédit bancaire sur la base d'une maîtrise des conditions de prêt en matière de :
  - Durée du crédit
  - Elaboration d'un échéancier de remboursement du prêt bancaire.

3.1.5.7*Formation du porteur de projet*

Cette étape est tributaire de l'accord de financement.

Objectif:

Augmenter les chances de réussite du projet par le renforcement des capacités du porteur de projet en matière de :

- Négociation commerciale ;
- Gestion des contrats ;
- Gestion d'entreprise.

Démarches à suivre

- Détection et analyse des besoins en formation par l'accompagnateur
- Elaboration des programmes de formation et organisation de cycles de formation par l'antenne chef de file selon les besoins des porteurs de projets

3.1.5.*8 Accompagnement en phase de la création juridique et de financement du projet*

Objectifs

- Mobiliser les financements
- Création juridique.

Démarches à suivre

- Bail de location, Statut juridique (notaire)
- Certificat d'existence, Carte fiscale (Administration fiscale)

- Inscription au registre de commerce (CNRC), à la chambre d'artisanat (carte d'artisan), à la chambre d'agriculture (Carte d'agriculteur), à l'ordre des professions réglementées (médecins, architectes, notaires,…)
- Ouverture d'un compte commercial au nom de la micro entreprise
- Versement de l'apport personnel
- Visite de préfinancement
- Cotisation au Fonds de garantie (Financement triangulaire)
- Signature liste programme des équipements par le porteur de projet
- Recueil des garanties (cahier des charges et billets à ordre)
- Signature de la DOAR par le Directeur d'Antenne
- Virement du PNR par Directeur d'Antenne
- Etablissement de l'ordre d'enlèvement des chèques par l'Antenne

3.1.5.*9 Accompagnement en phase de réalisation du projet*

Objectif:

- Réaliser le projet dans les meilleures conditions et les meilleurs délais.

Démarches à suivre

- Entretenir une relation régulière avec le porteur de projet (tous les quinze jours) par des entretiens et des visites sur site, pour constater l'état d'avancement de la réalisation du projet et préconiser les mesures à prendre ;
- Aider le porteur de projet dans ses démarches pour l'acquisition des équipements en matière de :

- ✓ Modalités de paiement ;
- ✓ Respect des délais de livraison ;
- ✓ Formalités douanières ;
- ✓ Formalités administratives et réglementaires ;
- ✓ Conformité des équipements aux références techniques ;
- ✓ Réception des équipements (provisoire et définitive).

3.1.5.10 Accompagnements en post création

On distingue deux phases :

➢ **PHASE 1 : ACCOMPAGNEMENT AU DEMARRAGE**

L'étape de démarrage de l'activité commence dès réception provisoire des équipements et prend fin avec leur réception définitive.

Il s'agit d'une phase cruciale, lors de laquelle, le porteur de projet devient un chef d'entreprise qui, doit désormais prouver ses capacités de gestion d'entreprise dans un environnement concurrentiel

Objectifs :

- Aider le jeune entrepreneur à mettre en place un système d'information et de gestion qui le renseigne sur la marche de son entreprise.
- Encourager le jeune à passer du statut de porteur de projet à celui de chef d'entreprise.

Démarches à suivre :

- Aider le jeune entrepreneur dans ses démarches pour le démarrage effectif en matière de formalités administratives et réglementaires (Affiliation à la CASNOS, Dossier fiscal,…)

- Soutien moral du jeune entrepreneur par rapport aux difficultés qui caractérisent tout démarrage d'activité
- Analyse périodique des résultats par rapport aux prévisions
- Application des mesures correctives

➢ **PHASE 2 : ACCOMPAGNEMENT APRES DEMARRAGE**

Objectif:

- Veiller à la pérennité et au développement de la micro entreprise

Démarches à suivre

- Veiller à garder le contact avec le chef d'entreprise par l'organisation d'entrevues périodiques, visites sur site et entretiens téléphoniques,
- Aider le jeune entrepreneur à surmonter les contraintes de gestion et également, celles liées à un découragement dû à ses nouvelles responsabilités
- Aider à la construction d'indicateurs de gestion,
- Aider à la mise en place d'une stratégie de développement de l'entreprise,
- Aider à l'intégration d'un réseau professionnel créé à partir de la base de données des jeunes promoteurs.
- Organiser des actions de parrainage pour offrir un conseil spécialisé aux jeunes chefs d'entreprises
- Détecter les besoins en formation des chefs d'entreprise

Section 2 : Evaluation statistique des activités de l'ANSEJ

Dans cette présente section, nous allons présenter différentes analyses statistiques du bilan d'activités de l'ANSEJ, pour cela, nous allons répartir la section en trois parties selon des périodes précises. La première sera une analyse de chiffre cumulé depuis la création de l'ANSEJ jusqu'à 2010, la deuxième sera une analyse comparatives des réalisations durant la période 2011

et 2014, l'année 2011 est choisi pour être le début de la deuxième partie du simple fait qu'en 2011 y'a eu des décisions prises par gouvernement relatives à la revalorisation des dispositifs de création d'activités (point traité lors de la section précédente). Et la dernière partie traitera logiquement l'année 2014 en détail.

3.2.1 Données statistiques 1997 – 2010

Le bilan établi à partir des données cumulées, arrêtées au 31/12/2010 fait ressortir :

- Le dépôt de **539.275** dossiers de création et **4.189** dossiers d'extension auprès du réseau local de l'ANSEJ, composé de **51** antennes;
- La délivrance de **407.466** attestations d'éligibilité et **3.471** attestations de conformité des projets en extension des capacités de production.
- Les projets ayant obtenu l'ensemble des financements en création s'élèvent à **138.062** (dont **10.739** dans le cadre du financement mixte) générant au total **384.425** emplois directs, pour un investissement global de **329,402** Milliards de dinars dont :
  - **67,311** Milliards de dinars au titre de prêts non rémunérés ;
  - **49,330** Milliards de dinars représentant l'apport personnel des jeunes promoteurs ;
  - **212,761** Milliards de dinars de crédits accordés par les banques ;

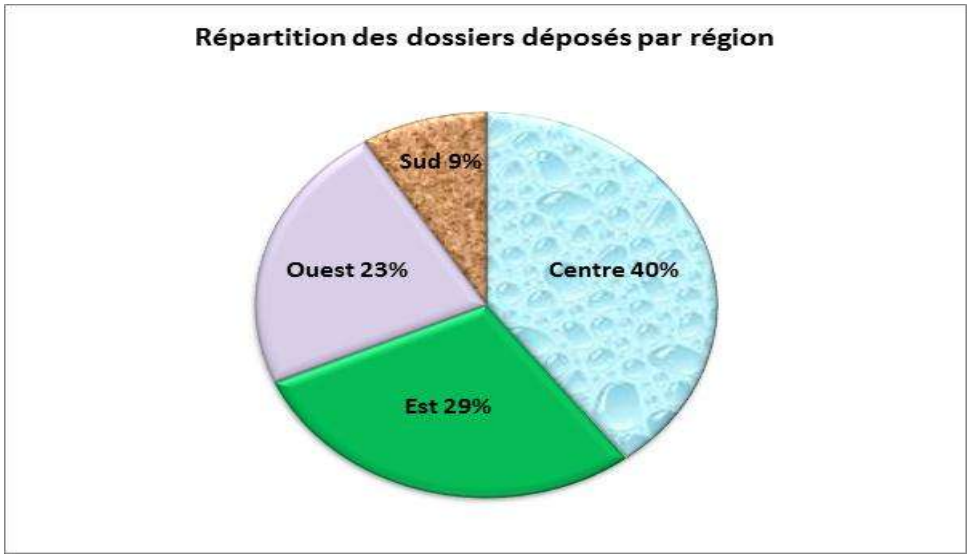
- A ces **138.062** projets financés dans le cadre de la création de micro entreprises, s'ajoutent **2.441** projets financés dans le cadre de l'extension des capacités de production générant **8.245** emplois supplémentaires pour un investissement global de **11,313** Milliards de dinars dont :
  - **2,306** Milliard de dinars au titre de prêts non rémunérés ;
  - **2,203** Milliard de dinars représentant l'apport personnel des promoteurs ;
  - **6,804** Milliards de dinars de crédits bancaire

- ***Répartition des dossiers déposés par région***

La région « CENTRE », de par l'importance de son tissu économique, se positionne à la première place quant au nombre de jeunes promoteurs projetant la création et l'extension des capacités de production de micro entreprises et totalise **40 %** des dossiers déposés.

A l'inverse, la région « SUD » se caractérise par la proportion la moins importante, soit **9%**.

Les régions « EST » et « OUEST » se caractérisent, quant à elles, par un nombre de dossiers déposés représentant respectivement **29% et 23%.**

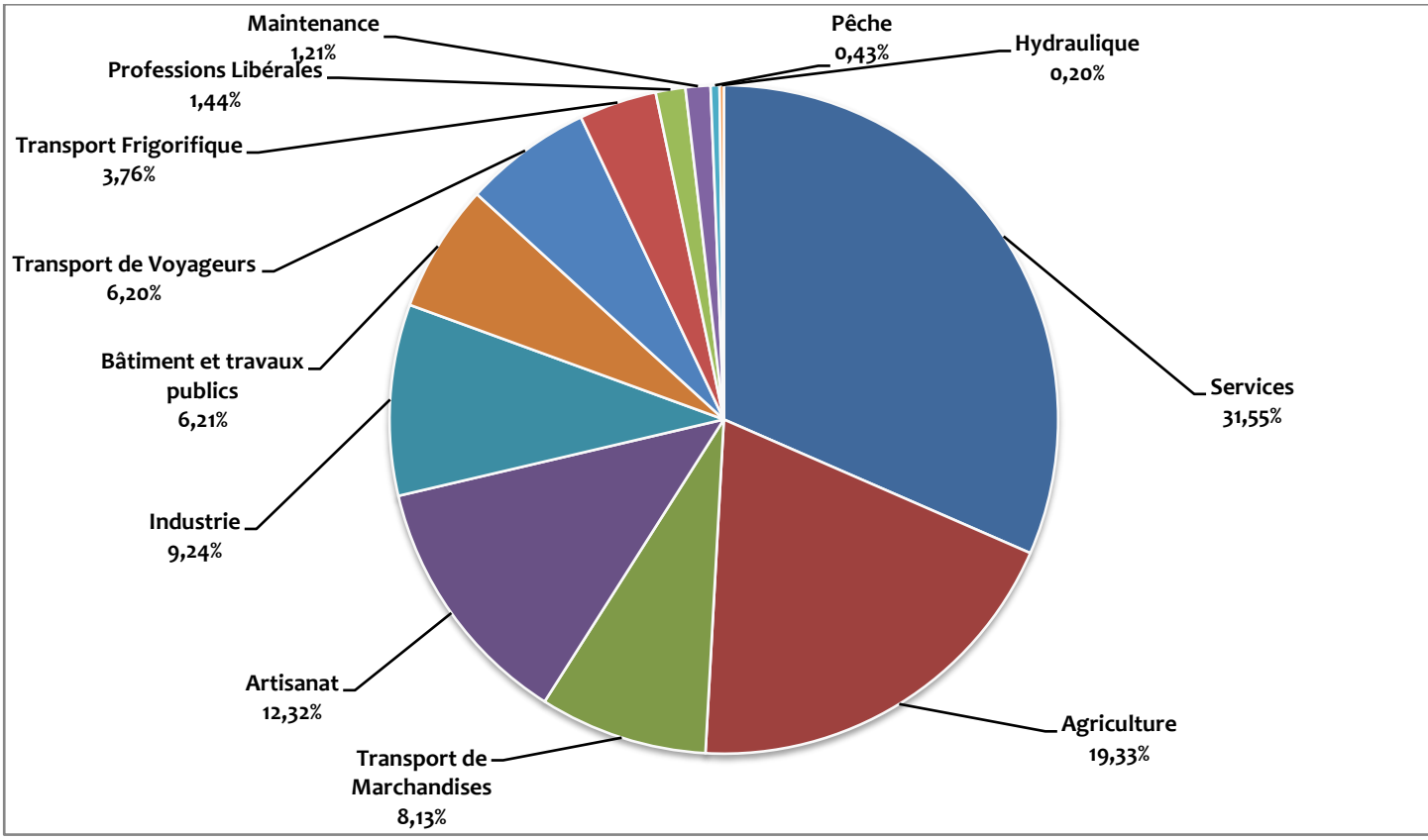


- ***Répartition des projets éligibles par secteur d'activité***

Secteur d'Activité	Nombre d'attestations d'éligibilité délivrées	%
Services	**129 646**	**31,53%**
Agriculture	**79 428**	**19,33%**
Transport de Marchandises	**33 396**	**8.13%**
Artisanat	**50 644**	**12.32%**
Industrie	**37 964**	**9.24%**

Bâtiment et travaux publics	**25 501**	**6,21%**
Transport de Voyageurs	**25 472**	**6.20%**
Transport Frigorifique	**15 431**	**3,76%**
Professions Libérales	**5 898**	**1,44%**
Maintenance	**4 955**	**1,21%**
Pêche	**1 762**	**0,43%**
Hydraulique	**840**	**0,20%**
Total	**410 937**	**100,00%**

Larépartition des projets éligibles par secteur d'activité met en évidence la prédominance du secteur des services avec **32%,** le secteur de l'agriculture occupe la seconde place avec **17,57%,** le transport de marchandises avec **12,61%** suivi de l'artisanat avec **11,34%** et de l'industrie avec un taux de **8,40%**. Ces cinq secteurs représentent **80,57%** des projets éligibles.

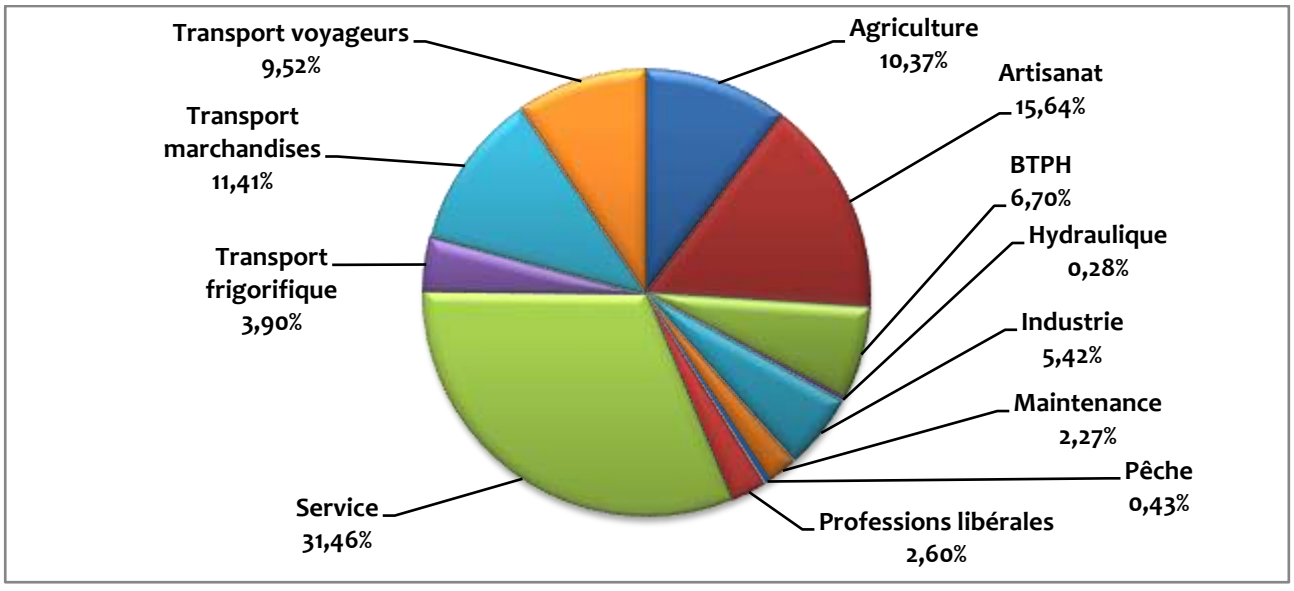


➢ ***Répartition des projets financés par secteur d'activité***

Secteur d'Activité	Projets financés	%	Impact emplois	Emplois moyen	Montant de l'investissement (DA)	Coût moyen de l'emploi (DA)	Coût moyen d'une micro entreprise (DA)
Agriculture	14 570	10,37%	38 131	3	34 915 797 708	915 680	2 396 417
Artisanat	21 980	15,64%	73 345	3	46 799 438 192	638 073	2 129 183
BTPH	9 418	6,70%	35 068	4	30 313 624 983	864 424	3 218 690
Hydraulique	400	0,28%	1 685	4	2 373 683 647	1 408 714	5 934 209
Industrie	7 622	5,42%	27 098	4	27 015 989 454	996 974	3 544 475
Maintenance	3 185	2,27%	8 848	3	5 442 877 455	615 153	1 708 910

Pêche	601	0,43%	3 147	5	3 583 272 771	1 138 631	5 962 184
Professions libérales	3 648	2,60%	8 968	2	5 142 843 253	573 466	1 409 771
Services	44 197	31,46%	120 274	3	100 610 329 918	836 509	2 276 406
Transport frigorifique	5 476	3,90%	11 287	2	12 577 310 548	1 114 318	2 296 806
Transport marchandises	16 025	11,41%	31 473	2	45 076 403 853	1 432 225	2 812 880
Transport voyageurs	13 381	9,52%	33 346	2	26 861 515 177	805 539	2 007 437
Total	**140 503**	**100,00%**	**392 670**	**3**	**340 713 086 958**	**867 683**	**2 424 952**

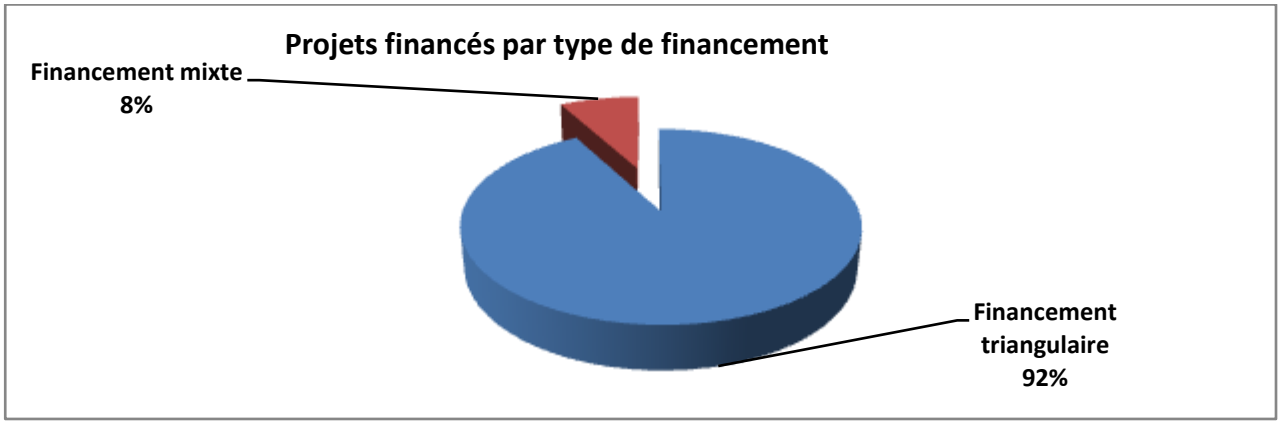
Le tableau ci-dessus fait ressortir la prédominance du secteur des services avec **31,46%,** l'artisanat avec **15,64%**, le transport de marchandises avec **11,41%** et de l'agriculture avec **10,37%.**



Par ailleurs, le montant d'investissement global des **140.503** micro-entreprises financées est de l'ordre de **340,713** Milliards de dinars, se traduisant par un coût moyen de l'emploi de l'ordre de **867.683 DA** et un coût moyen par entreprise de **2.424.952 DA**.

- ***Répartition des projets financés par type de financement***

	Projets financés	Impact emplois	Montant d'investissement (DA)
Financement triangulaire	129 352	363 435	321 188 455 723
Financement mixte	11 151	29 235	19 524 631 236
Total	**140 503**	**392 670**	**340 713 086 959**



Sur **140.503** projets financés, **92%** des projets ont bénéficié d'un crédit bancaire, il faut savoir la durée des projets à financement mixte est plus courtes que les projets à financement triangulaire, nécessitant l'intégration d'une autres parties prenantes au projet qui est la banque.

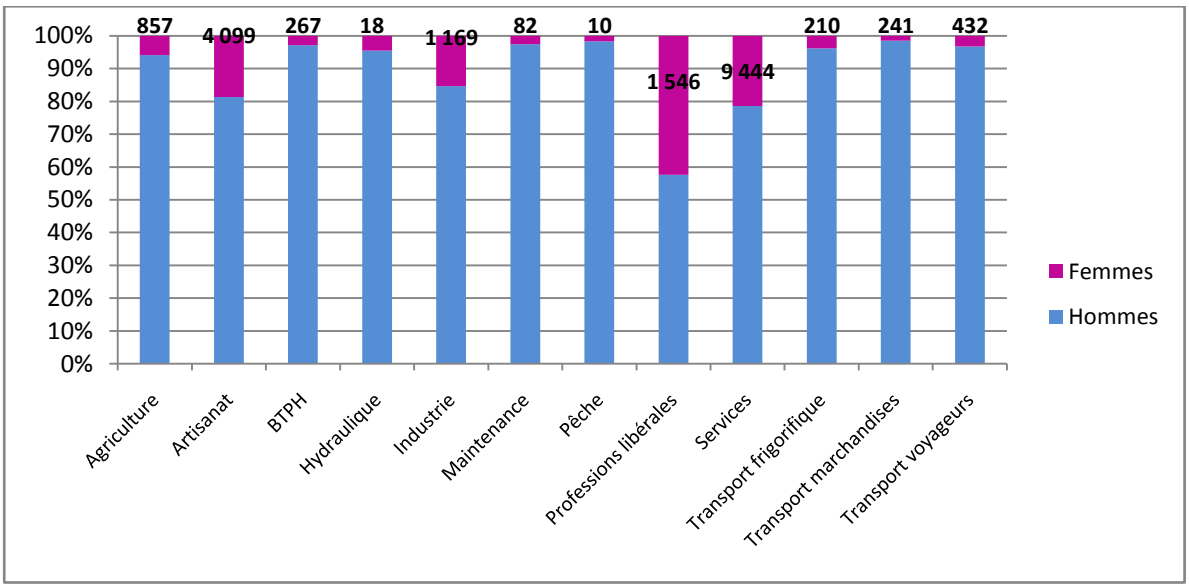
On peut dire aussi que généralement les promoteurs optant pour le financement mixte, sont ceux qui ayant un cout de projet pas très élevé.

- **Répartition des projets financés par secteur d'activité et par genre**

Par secteur d'activité, il ressort que les promotrices ont investi dans l'ensemble des secteurs d'activité et plus particulièrement dans les activités relevant des professions libérales, les services, l'artisanat et l'industrie.

Sur les **140.503** projets financés, **18.375** projets, soit **13%**, ont été initiés et portés par des jeunes promotrices.

Secteur d'Activité	**Nombre de projets financés**	**Hommes**	**Femmes**	**Taux d'investissement par des promotrices**
Agriculture	14 570	13 713	857	6%
Artisanat	21 980	17 881	4 099	19%
BTPH	9 418	9 151	267	3%
Hydraulique	400	382	18	5%
Industrie	7 622	6 453	1 169	15%
Maintenance	3 185	3 103	82	3%
Pêche	601	591	10	2%
Professions libérales	3 648	2 102	1 546	42%
Services	44 197	34 753	9 444	21%
Transport frigorifique	16 025	5 266	210	1%
Transport marchandises	13 381	15 784	241	2%
Transport voyageurs	5 476	12 949	432	8%
Total	**140 503**	**122 128**	**18 375**	**13%**



➢ ***<u>Répartition des micro-entreprises financées selon le niveau d'investissement</u>***

Niveau d'investissement	**Nombre de projets**	**%**
Inférieur à 5.000.000 DA	125 754	90%
Supérieur ou égale à 5.000.000 DA	14 749	10%
Total	**140 503**	**100%**

90% des projets financés ont un seuil d'investissement moins de 5 millions de dinars, soit **125.754** projets et **10%** seulement ont un seuil plus ou égale à 5 millions de dinars, soit **14.749.**

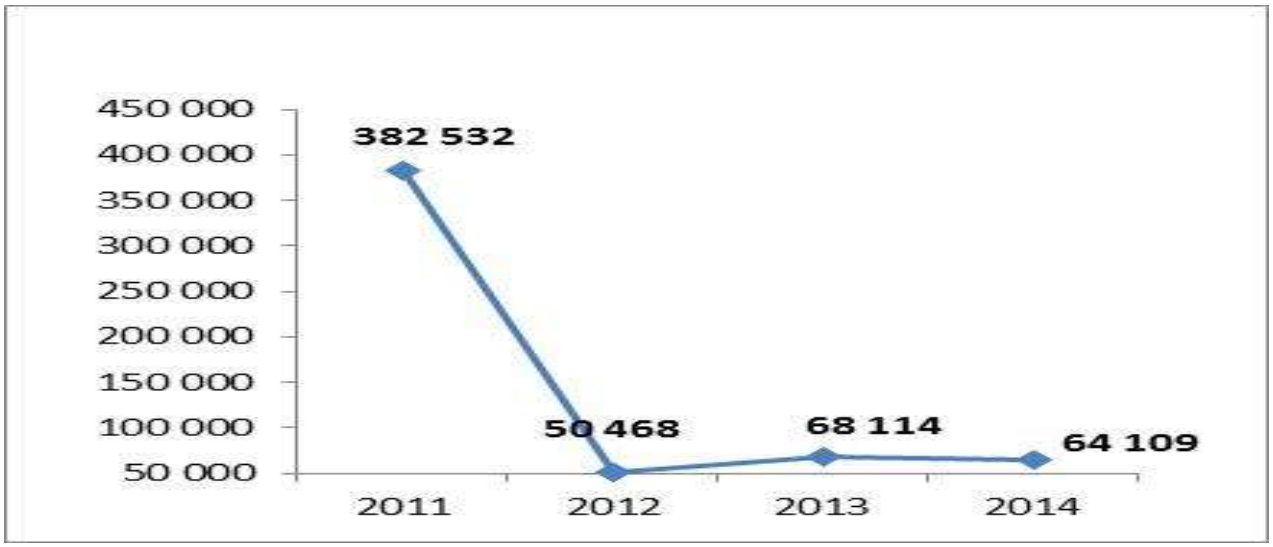
3.2.2 Réalisations de la période 2011-2014

Les résultats, en termes de financement de projets, enregistrés durant la période ont atteint un niveau jamais égalé depuis la création de l'Agence et ce, suite aux modalités de mise en œuvre des nouvelles mesures prises lors du Conseil Interministériel du 22 février 2011 et en application du décret exécutif N°11-103 du 06 mars 2011.

Ces résultats confirment l'intérêt, grandissant, porté par les jeunes à la création de micro-entreprises.

- ***Dossiers réceptionnés***

	Dossiers déposés	Evolution (2014/2011)	Evolution (2014/2012)	Evolution (2014/2013)
2011	382 532			
2012	50 468	-83%	27%	-6%
2013	68 114			
2014	64 109			



Durant l'année 2014**, 64.109** dossiers relevant de différents secteurs d'activités ont été déposés au niveau de l'ANSEJ.

L'analyse comparative des résultats de l'année 2014 par rapport aux années 2011 et 2013, révèle une baisse de l'ordre de **83%** et **6%** et uneaugmentation de **27%** par rapport à 2012.

Il faut savoir qu'en 2014, les promoteurs sans diplômes pour prouver la relation directe de leurs qualifications et le projet soumis, n'étaient plus aptes à déposer leurs dossiers au niveau de l'agence, cette procédure a été prise pour filtrer les éventuels entrepreneurs.

- ***Attestations délivrées***

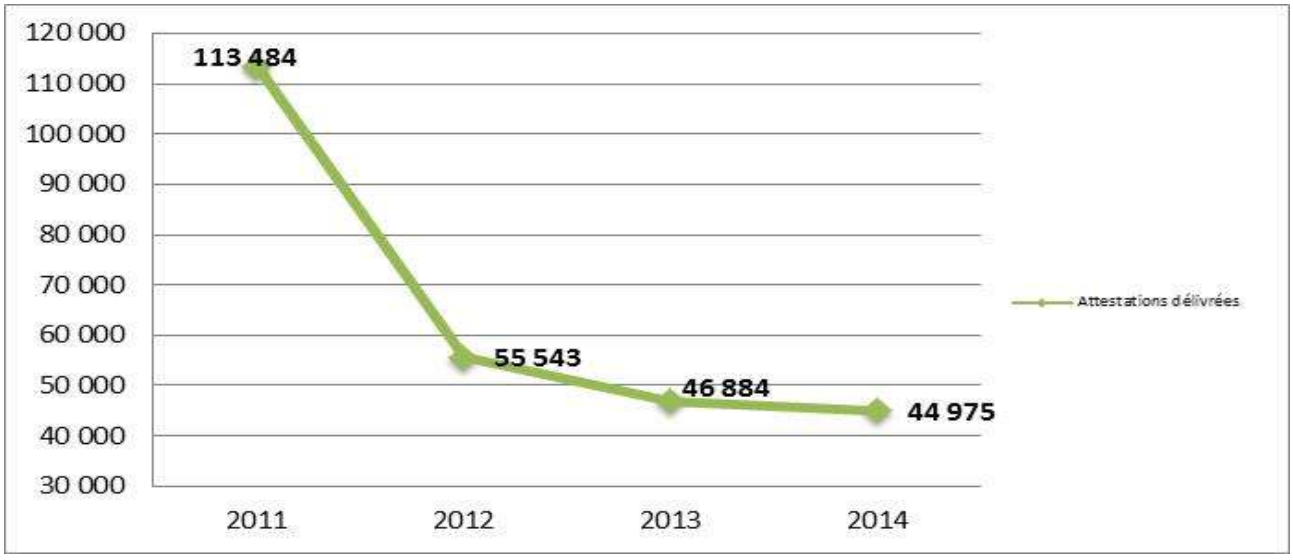
Le traitement des dossiers réceptionnés par le réseau des antennes (élaboration des études technico-économiques, établissement des tableaux de compte de résultats et bilans prévisionnels)

a donné lieu, durant l'année 2014, à la délivrance de **44.975**attestations d'éligibilité et de conformité (ce qui représente **86 %** des attestations signées).

	2011	2012	2013	2014	Evolution (2014/2011)	Evolution (2014/2012)	Evolution (2014/2013)
Attestations délivrées	113 484	55 543	46 884	44 975	-60%	-19%	-4%

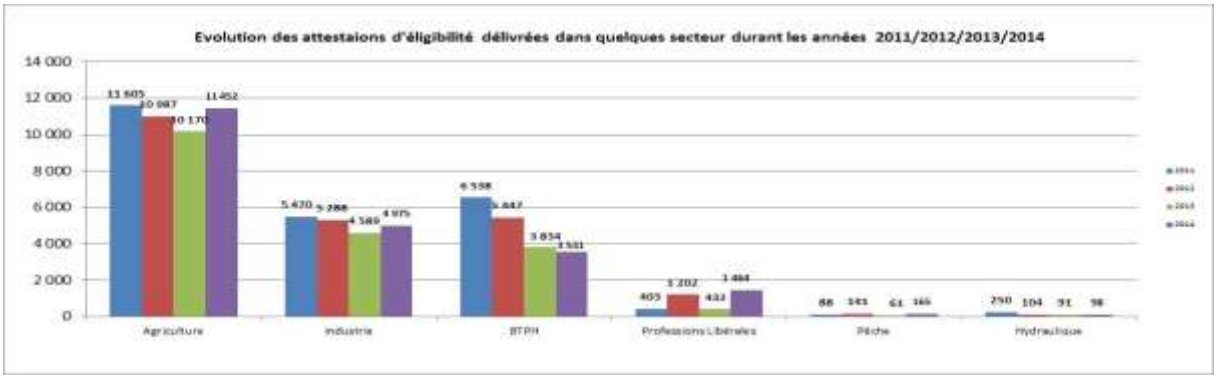
Comparée aux années 2011, 2012 et 2013 il ressort une baisse respective de l'ordre de **60%,19%** et **4%** du nombre d'attestations délivrées pour l'année 2014.

Evolution annuelle des attestations délivrées



➢ ***<u>Répartition des attestations délivrées par secteur d'activité</u>***

	2011			2012			2013			2014					
Secteur d'Activité	Nombre	Emplois	2011	Nombre	Emplois	2012	Nombre	Emplois	2013	Nombre	Emplois	2014	Evolution 2014/2011	Evolution 2014/2012	Evolution 2014/2013
Services	34 952	82 032	31%	21 069	45 802	38%	18 971	40 671	40%	17 318	36 636	39%	-50%	-18%	-9%
Agriculture	11 605	30 121	10%	10 987	26 267	20%	10 170	24 212	22%	11 452	26 085	25%	-1%	4%	13%
Artisanat	8 388	23 858	7%	6 807	17 212	12%	5 581	14 128	12%	5 118	12 282	11%	-39%	-25%	-8%
Industrie	5 470	16 361	5%	5 288	15 276	10%	4 589	12 766	10%	4 975	12 999	11%	-9%	-6%	8%
Transport de Voyageurs	2 755	6 005	2%	339	714	0,61 %	447	987	0,95%	207	334	0,46 %	-92%	-39%	-54%
Transport de Marchandises	38 014	77 420	33%	1 308	2 463	2,35 %	260	498	0,55%	30	54	0,07 %	-100%	-98%	-88%
BTPH	6 538	19 870	6%	5 447	15 154	10%	3 834	10 289	8%	3 531	9 461	8%	-46%	-35%	-8%
Transport Frigorifique	4 013	8 622	4%	2 365	3 944	4,26 %	1 358	2 231	3%	134	196	0,30 %	-97%	-94%	-90%
Professions Libérales	403	904	0,36 %	1 202	2 744	2,16 %	432	1 049	0,92%	1 464	2 968	3,26 %	263%	22%	239%
Maintenance	1 008	2 415	0,89 %	486	1 116	0,87 %	1 090	2 322	2%	483	1 180	1%	-52%	-1%	-56%
Pêche	88	276	0,08 %	141	491	0,25 %	61	331	0,13%	165	758	0,37 %	88%	17%	170%
Hydraulique	250	910	0,22 %	104	369	0,19 %	91	364	0,19%	98	331	0,22 %	-61%	-6%	8%
Total	113 484	268 794	100 %	55 543	131 552	100%	46 884	109 848	100%	44 975	103 284	100 %	-60%	-19%	-4%



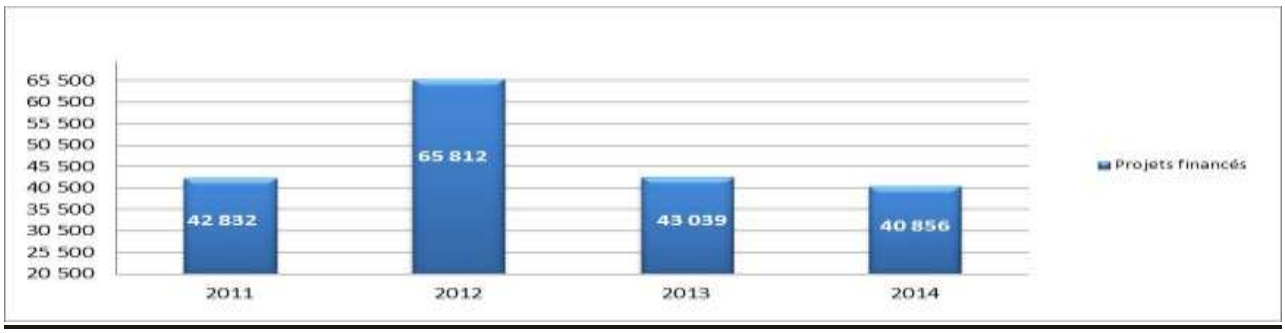
Larépartition, par secteurs d'activité des projets déclarés éligibles et/ou conformes au dispositif de l'année 2014, telle que reprise dans le tableau ci-dessus met en évidence la prédominance des secteurs :

- Des services avec 39% ;
- De l'agriculture avec 25% ;
- De l'artisanat avec 11% ;
- De l'industrie avec 11% ;
- Du BTPH avec 8%.

L'année 2014 a été marquée par une évolution positive au niveau des attestations délivrées des secteurs de l'agriculture, industrie, professions libérales, pêche et l'hydraulique par rapport à 2013

- ***Projets financés***

	2011	2012	2013	2014	Evolution (2014/2011)	Evolution (2014/2012)	Evolution (2014/2013)
Projets financés	42 832	65 812	43 039	40 856	-5%	-38%	-5%



Le nombre de projets financés durant l'année 2014, s'est caractérisé par une baisse respective de l'ordre de **5%, 38%** et **5%** par rapport aux années 2011, 2012 et 2013.

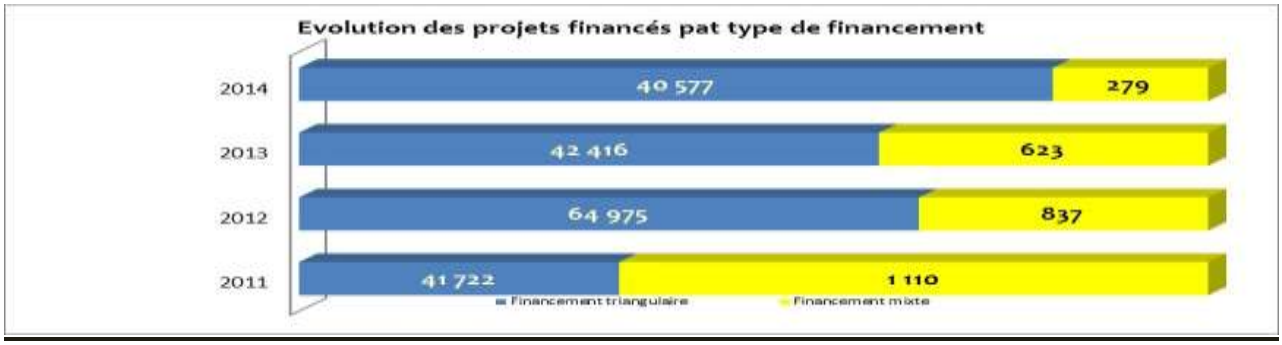
- ***Projets financés par type de financement***

	2011	2012	2013	2014	Evolution (2014/2011)	Evolution (2014/2012)	Evolution (2014/2013)
Financement triangulaire	41 722	64 975	42 416	40 577	-3%	-38%	-4%
Financement mixte	1 110	837	623	279	-75%	-67%	-55%
Total	**42 832**	**65 812**	**43 039**	**40 856**	**-5%**	**-38%**	**-5%**
Part du financement mixte	**3%**	**1%**	**1%**	**1%**			

Durant l'année 2014, l'évolution des projets financés selon la formule triangulaire a connu une baisse respective de l'ordre de **3%**, **38%** et **4%** par rapport aux exercices 2011, 2012 et 2013

Par ailleurs, le même constat est observé pour le financement mixte.

En effet, la part du financement mixte par rapport au financement total est restée stable.



- ***Dossiers déposés auprès des banques***

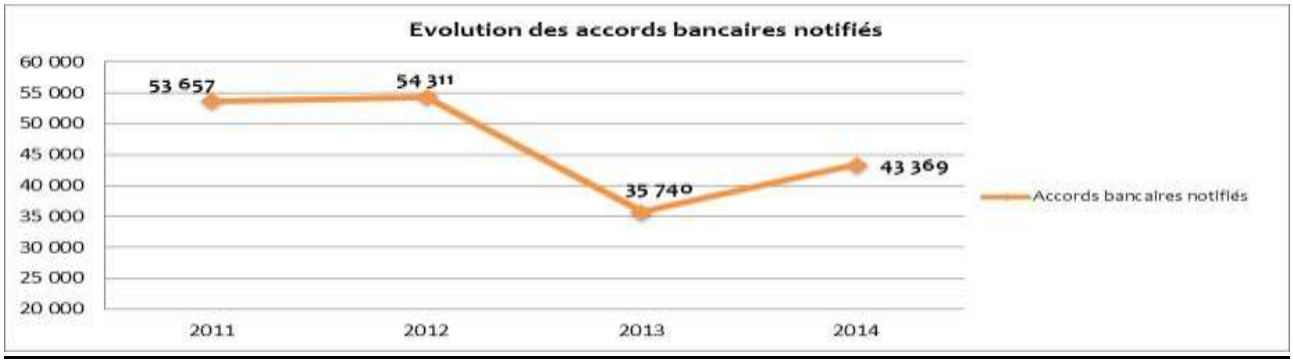
	2011	2012	2013	2014	Evolution (2014/2011)	Evolution (2014/2012)	Evolution (2014/2013)
Dossiers déposés auprès des banques	71 169	50 696	35 300	57 968	-19%	14%	64%

S'agissant de l'implication des banques dans l'accompagnement des projets présentés par les jeunes, il ressort que le nombre de dossiers déposés durant l'année 2014 enregistre un recul de **19%** par rapport à l'exercice 2011 et une augmentation respective de **14%** et **64%** par rapport à 2012 et 2013.



- ***Accords bancaires récupérés par les accompagnateurs de l'Agence***

	2011	2012	2013	2014	Evolution (2014/2011)	Evolution (2014/2012)	Evolution (2014/2013)
Accords bancaires notifiés	53 657	54 311	35 740	43 369	-19%	-20%	21%

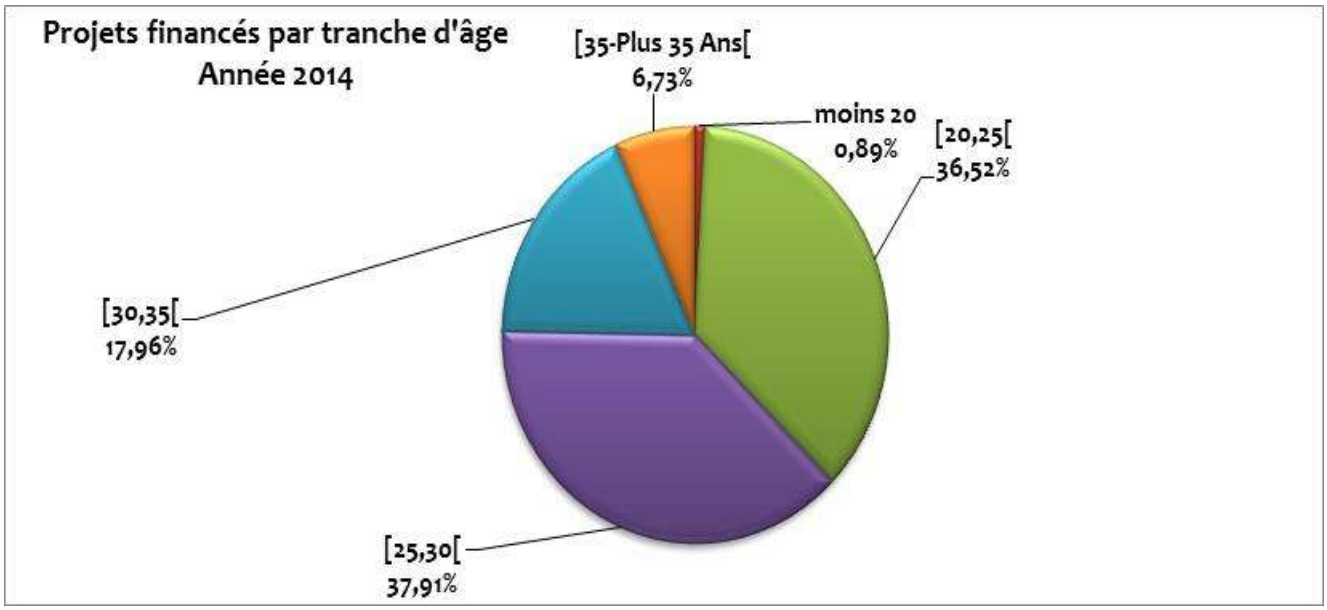


Le nombre d'accords de financement reçus par les antennes est passé de **53.657** au cours de l'année 2011 à **54.311** au cours de l'exercice 2012, à **35.740** au cours de l'exercice 2013 et à **43.369** durant l'année 2014, soit une baisse de l'ordre de **19%** et **20%**par rapport au exercices 2011 et 2012 et une augmentation de **21%** par rapport à l'exercice 2013

- ***Projets financés par tranche d'âge des promoteurs***

	2011		2012		2013		2014				
Tranche d'âge	Nombre de projets	%	Nombre de projets	%	Nombre de projets	%	Nombre de projets	%	Evolution 2014/2011	Evolution 2014/2012	Evolution 2014/2013
moins 20	263	0,61%	403	0,61%	420	0,98%	365	0,89%	39%	-9%	-13%
[20,25[	15 433	36,03%	24 048	36,54%	16 355	38,00%	14 920	36,52%	-3%	-38%	-9%
[25,30[	16 618	38,80%	26 140	39,72%	16 234	37,72%	15 487	37,91%	-7%	-41%	-5%
[30,35[	7 602	17,75%	10 911	16,58%	6 825	15,86%	7 336	17,96%	-3%	-33%	7%

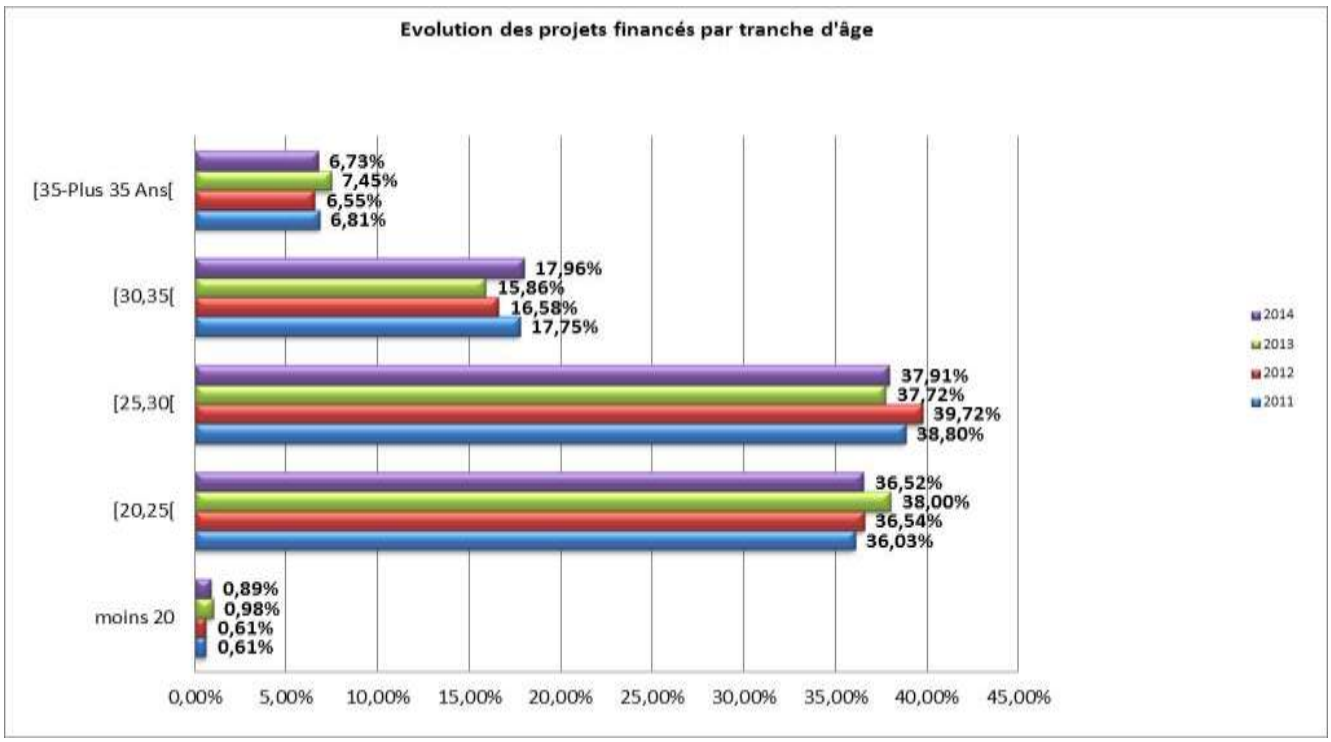
[35-Plus 35 Ans[	2 916	6,81%	4 310	6,55%	3 205	7,45%	2 748	6,73%	-6%	-36%	-14%
Total	**42 832**	**100%**	**65 812**	**100%**	**43 039**	**100%**	**40 856**	**100%**	**-5%**	**-38%**	**-5%**



Durant l'exercice 2014, il ressort que la répartition des projets financés par tranche d'âge montre que la classe majoritaire pour les jeunes promoteurs est celle des 20 à 30 ans qui représente **74,42%** des projets financés et plus particulièrement celle des 25 à 30 ans qui représente **37,91 %** des projets financés.

En outre, nous relevons que **62,59%** des jeunes promoteurs ayant réalisé leurs projets, ont plus de 25 ans et que seulement **0,89 %** ont moins de 20 ans

En revanche, **24,68%** des projets financés font partie de la tranche d'âge 30 ans à 40 ans et ce, malgré le dispositif CNAC.



La comparaison des projets financés de l'exercice 2014 par tranche d'âge par rapport à ceux de l'année 2013 se résume comme suit :

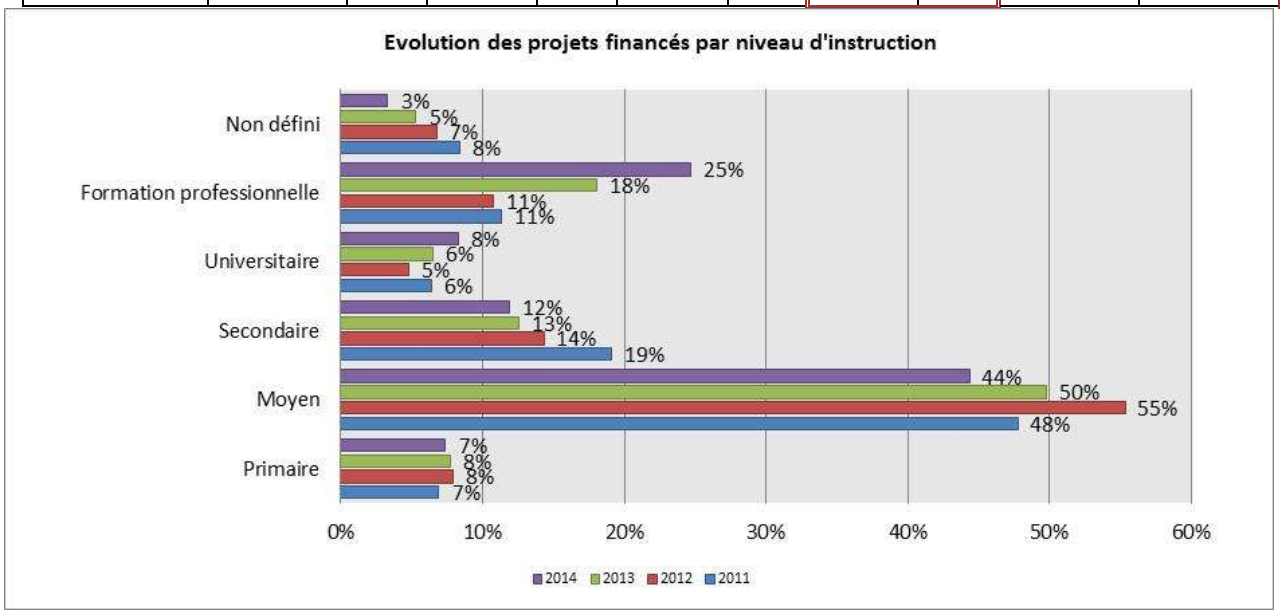
- Une baisse de **13%** pour les projets dont l'âge des promoteurs est moins de 20 ans ;
- Une baisse de **9%** pourles projets dont l'âge des promoteurs se situe entre 20 ans et 25 ans ;
- Une régression de **5%** pour les projets dont l'âge des promoteurs se situe entre 25 ans et 30 ans;
- Une progression de **7%** pour les projets dont l'âge des promoteurs se situe entre 30 ans et 35 ans;
- Et une baisse de **14%** pour les projets dont l'âge des promoteurs est plus de 35 ans.

➢ ***Projets financés par niveau d'instruction***

Larépartition des projets financés par niveau d'instruction durant l'année 2014, telle que reprise dans le tableau ci-dessous, met en évidence la prédominance du niveau « moyen » avec **44%,** le niveau « formation professionnelle » occupe la seconde place avec **25 %,** suivi du niveau

« secondaire» avec **12%,** le niveau « universitaire » avec **8%** etenfin les niveaux primaire et « non défini » avec **7%** et **3%.**

	2011		**2012**		**2013**		**2014**				
Niveau d'instruction	Nombre de projets	%	Nombre de projets	%	Nombre de projets	%	Nombre de projets	%	Evolution 2014/2011	Evolution 2014/2012	Evolution 2014/2013
Primaire	2 964	7%	5 204	8%	3 332	8%	3 024	7%	**2%**	**-42%**	**-9%**
Moyen	20 462	48%	36 418	55%	21 429	50%	18 118	44%	**-11%**	**-50%**	**-15%**
Secondaire	8 199	19%	9 453	14%	5 419	13%	4 879	12%	**-40%**	**-48%**	**-10%**
Universitaire	2 753	6%	3 175	5%	2 789	6%	3 387	8%	**23%**	**7%**	**21%**
Formation professionnelle	4 861	11%	7 105	11%	7 786	18%	10 095	25%	**108%**	**42%**	**30%**
Non défini	3 593	8%	4 457	7%	2 284	5%	1 353	3%	**-62%**	**-70%**	**-41%**
Total	**42 832**	**100%**	**65 812**	**100%**	**43 039**	**100%**	**40 856**	**100%**	**-5%**	**-38%**	**-5%**



La répartition des projets financés par niveau d'instruction au cours de l'exercice 2014 a inscrit :

Une augmentation respective de **30%** et **21%** des niveaux « formation professionnelle et universitaire » par rapport à l'année 2013 ;

- ***Micro entreprises entrées en exploitation***

	2011	2012	2013	2014
Micro entreprises entrées en exploitation	5 530	12 529	15 241	13 897
Impact emplois	14 260	25 997	31 159	29 860
Montant d'investissement	17 411 635 490	38 637 610 073	48 743 326 651	48 091 473 038

13.897 micro-entreprises sont entrées en exploitation durant l'exercice 2014, permettant la création de **29.860** emplois directs et permanents, nonobstant les emplois indirects induits.

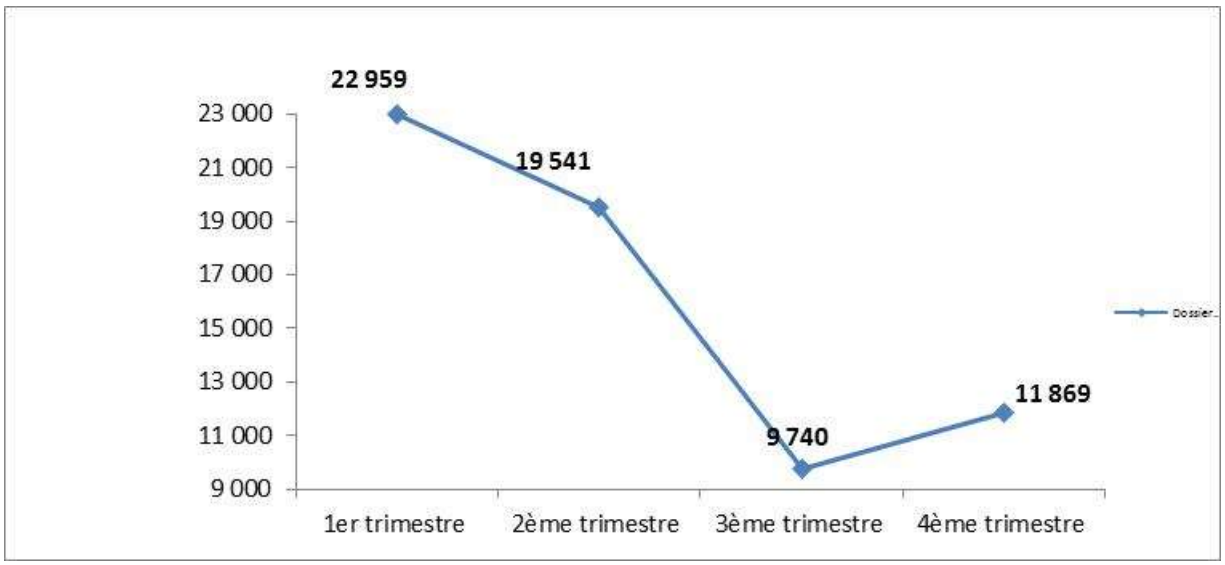
3.2.3 Réalisations de l'année 2014

Pour récapituler l'étude comparative effectuée dans la partie précédente, il existe des indicateurs à retenir

- ✓ *Une baisse 6% des dossiers déposés par rapport à l'année 2013*
- ✓ *Un recul de l'ordre de 4% des attestations d'éligibilité et de conformité*
- ✓ *Une baisse du nombre de projets financés durant l'exercice 2014 de l'ordre de 5% par rapport à l'exercice 2013*

➢ ***Dossiers réceptionnés***

	Dossiers déposés	Evolution ($2^{ème}/1^{er}$)	Evolution ($3^{ème}/2^{ème}$)	Evolution ($4^{ème}/3^{ème}$)
1^{er} trimestre	22 959	-15%	-100%	22%
$2^{ème}$ trimestre	19 541			
$3^{ème}$ trimestre	9 740			
$4^{ème}$ trimestre	11 869			
Total	**64 109**			



Durant l'année 2014**, 64.109** dossiers relevant de différents secteurs d'activités ont été déposés au niveau du réseau local de l'ANSEJ.

Du graphe ci-dessus on constate une tendance à la baisse des dossiers déposés jusqu'au quatrième trimestre ou une légère augmentation est observée par rapport au troisième trimestre **(22%)**.

La baisse du troisième trimestre est du à la décision relatives à la non aptitude des promoteurs sans diplômes pour prouver la relation directe de leurs qualifications et le projet soumis, à déposer leurs dossiers au niveau de l'agence.

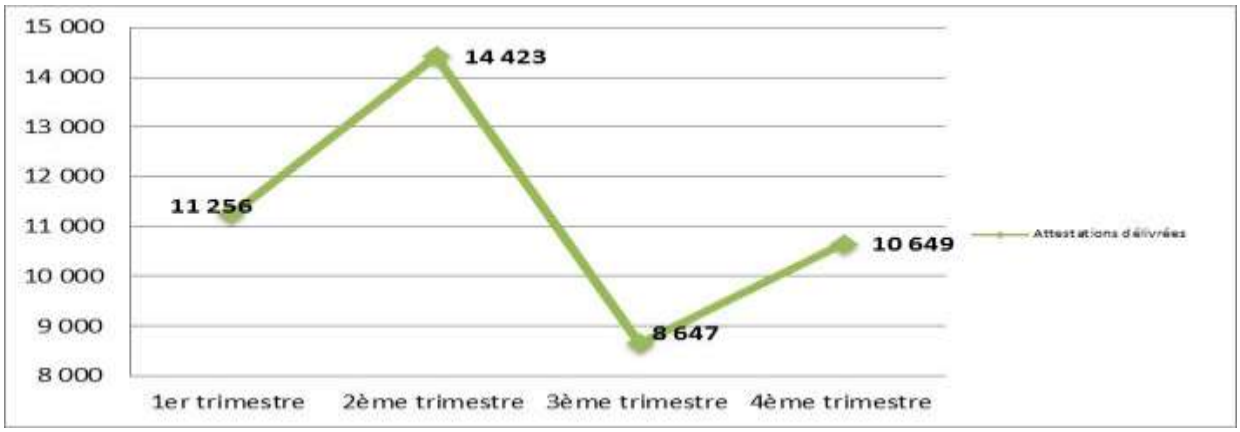
- ***Attestations délivrées***

Le traitement des dossiers réceptionnés par le réseau des antennes (élaboration des études technico-économiques, établissement des tableaux de compte de résultats et bilans prévisionnels) a donné lieu, durant l'année 2014, à la délivrance de **44.975**attestations d'éligibilité et de conformité (ce qui représente **86 %** des attestations signées).

	1er trimestre	2ème trimestre	3ème trimestre	4ème trimestre	Evolution (2ème/1er)	Evolution (3ème/2ème)	Evolution (4ème/3ème)
Attestations délivrées	11 256	14 423	8 647	10 649	28%	-40%	23%

Du tableau, il ressort que les attestations délivrées ont enregistrées une augmentation respective de l'ordre de **28%** et **23%** durant le 2ème et le 4ème trimestre 2014 contrairement ou 3ème trimestre ou une baisse de **40%** est observée.

Evolution trimestrielle des attestations délivrées

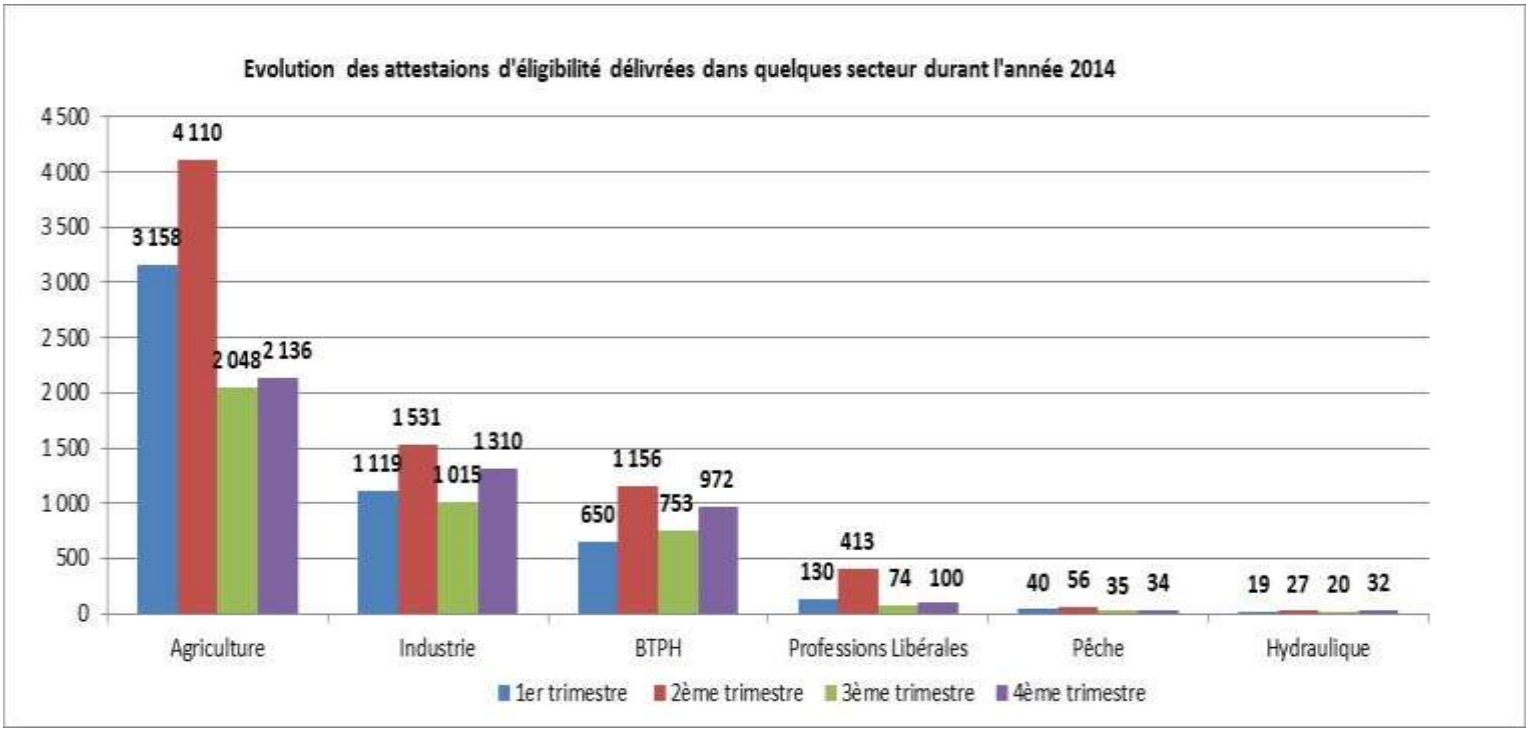


- ***<u>Répartition des attestations délivrées par secteur d'activité</u>***

Larépartition, par secteurs d'activité des projets déclarés éligibles et/ou conformes au dispositif de l'année 2014, telle que reprise dans le tableau ci-dessous met en évidence la prédominance des secteurs :

- Des services, de l'agriculture, de l'artisanat, de l'industrie et du BTPH.

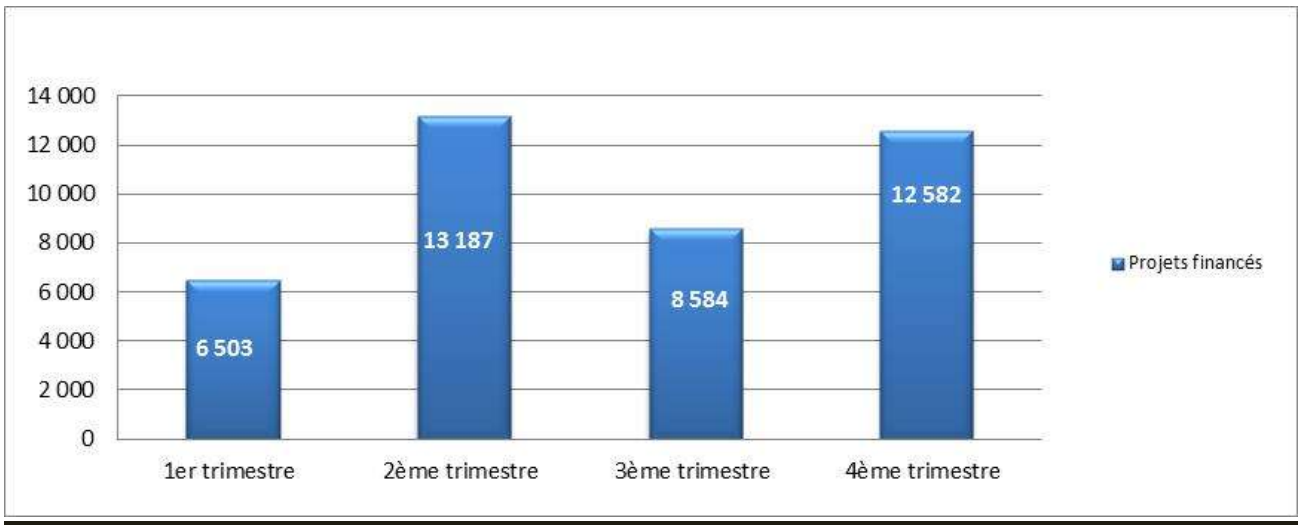
	1er trimestre			2ème trimestre			3ème trimestre			4ème trimestre					
Secteur d'Activité	Nombre	Emplois	%	Nombre	Emplois	%	Nombre	Emplois	%	Nombre	Emplois	%	Evolution (2ème/1er)	Evolution (3ème/2ème)	Evolution (4ème/3ème)
Services	4 238	9 263	38%	5 177	10 781	36%	3 424	7 074	40%	4 479	9 518	42%	22%	-34%	31%
Agriculture	3 158	7 685	28%	4 110	9 115	28%	2 048	4 635	24%	2 136	4 650	20%	30%	-50%	4%
Artisanat	1 355	3 400	12%	1 653	4 014	11%	975	2 302	11%	1 135	2 566	11%	22%	-41%	16%
Industrie	1 119	2 939	10%	1 531	3 959	11%	1 015	2 681	12%	1 310	3 420	12%	37%	-34%	29%
Transport de Voyageurs	141	241	1%	39	62	0,27%	17	19	0,20%	10	12	0,09%	-72%	-56%	-41%
Transport de Marchandises	15	30	0,1%	10	17	0,07%	5	7	0,06%	0	0	0,00%	-33%	-50%	-100%
BTPH	650	1 828	6%	1 156	3 117	8%	753	1 990	9%	972	2 526	9%	78%	-35%	29%
Transport Frigorifique	120	199	1%	72	100	0,50%	15	25	0%	-73	-128	-0,69%	-40%	-79%	-587%
Professions Libérales	130	319	1,15%	413	825	2,86%	74	185	0,86%	100	264	0,94%	218%	-82%	35%
Maintenance	271	585	2,41%	179	412	1,24%	266	532	3%	514	1 026	5%	-34%	49%	93%
Pêche	40	192	0,36%	56	220	0,39%	35	184	0,40%	34	162	0,32%	40%	-38%	-3%
Hydraulique	19	62	0,17%	27	92	0,19%	20	61	0,23%	32	116	0,30%	42%	-26%	60%
Total	11 256	26 743	100,00 %	14 423	32 714	100,00 %	8 647	19 695	100,00 %	10 649	24 132	100,00 %	28%	-40%	23%



L'année 2014 a été marquée par une évolution positive au niveau des attestations délivrées des secteurs de l'agriculture, industrie, professions libérales, pêche et l'hydraulique par rapport à 2013.

- ***Projets financés***

	1er trimestre	2ème trimestre	3ème trimestre	4ème trimestre	Evolution (2ème/1er)	Evolution (3ème/2ème)	Evolution (4ème/3ème)
Projets financés	6 503	13 187	8 584	12 582	103%	-35%	47%



Le nombre de projets financés durant l'année 2014, s'est caractérisé par une augmentation respective de l'ordre de **103%** et **47%** pour le 2ème et le 4ème trimestre et une baisse de **35%** pour le 3ème trimestre.

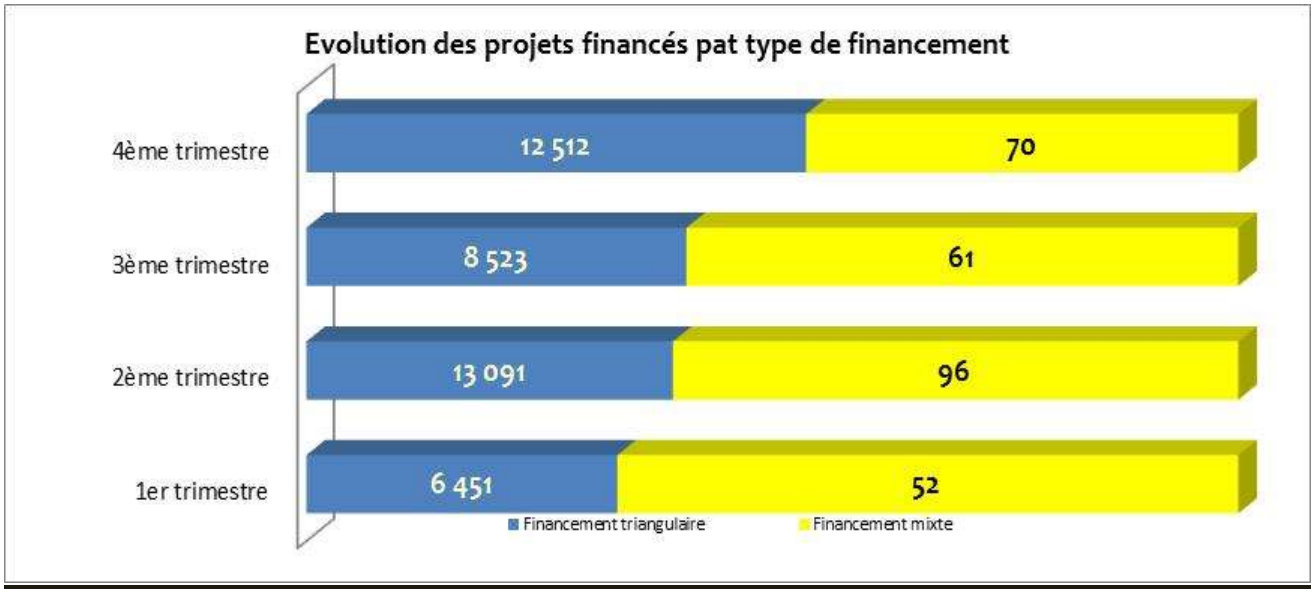
- ***Projets financés par type de financement***

	1er trimestre	2ème trimestre	3ème trimestre	4ème trimestre	Evolution (2ème/1er)	Evolution (3ème/2ème)	Evolution (4ème/3ème)
Financement triangulaire	6 451	13 091	8 523	12 512	103%	-35%	47%
Financement mixte	52	96	61	70	85%	-36%	15%
Total	**6 503**	**13 187**	**8 584**	**12 582**	**103%**	**-35%**	**47%**
Part du financement mixte	**1%**	**1%**	**1%**	**1%**			

Durant l'année 2014, l'évolution des projets financés selon la formule triangulaire a connu une hausse respective de l'ordre de 103% et 47% durant le 2ème et 4ème trimestre et une baisse de 35% durant le 3ème trimestre.

Par ailleurs, le même constat est observé pour le financement mixte.

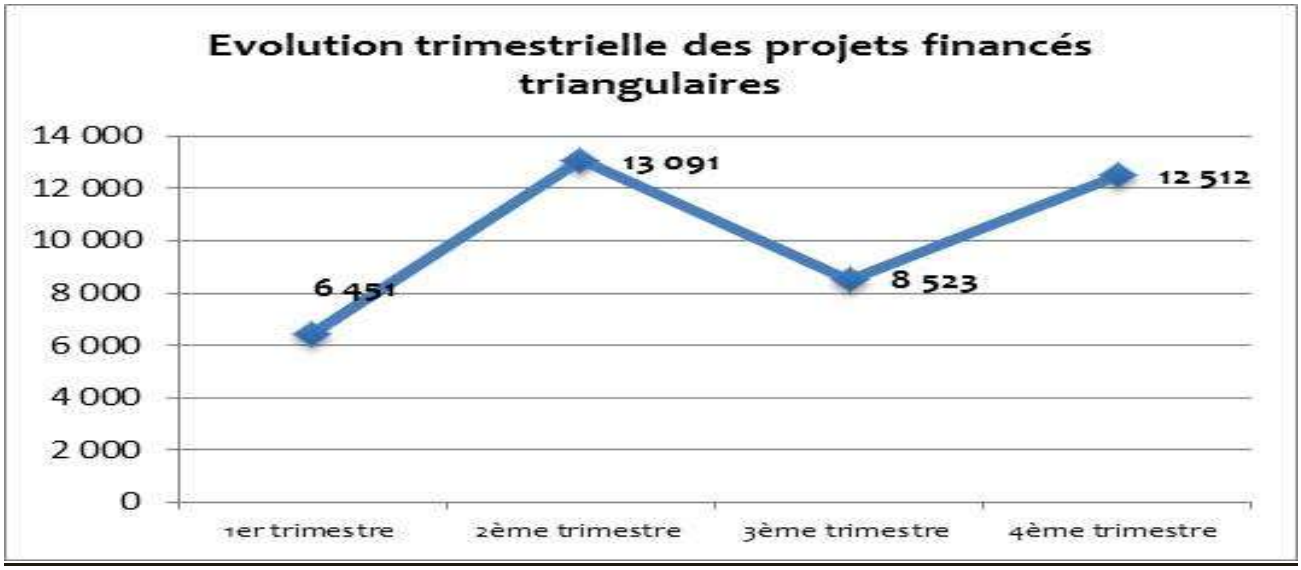
En effet, la part du financement mixte par rapport au financement total est restée stable.



- ***Evolution trimestrielle des projets financés par banques***

Banque	1er trimestre	2ème trimestre	3ème trimestre	4ème trimestre	Total
BADR	2 141	4 499	2 970	4 245	**13 855**
BDL	1 285	2 452	1 594	2 363	**7 694**

BEA	767	1 371	968	1 438	**4 544**
BNA	1 285	2 674	1 657	2 394	**8 010**
CPA	973	2 095	1 334	2 072	**6 474**
Total	**6 451**	**13 091**	**8 523**	**12 512**	**40 577**



Nous remarquons que la banque BADR est celle qui à le nombre de dossier le plus élevé, cela s'explique avec le nombre élevé des projets en agriculture, en artisanat et en pèche

- ***Répartition des projets financés par secteur d'activité***

Secteur d'Activité	1er trimestre		2ème trimestre		3ème trimestre		4ème trimestre				
	Projets financés	Taux	Projets financés	Taux	Projets financés	Taux	Projets financés	Taux	Evolution (2ème/1er)	Evolution (3ème/2ème)	Evolution (4ème/3ème)
Services	2 277	35%	3 850	29%	2 113	25%	2 850	23%	69%	-45%	35%
Agriculture	1 487	23%	3 291	25%	2 275	27%	3 277	26%	121%	-31%	44%
Artisanat	787	12%	1 270	10%	843	10%	1 355	11%	61%	-34%	61%
Industrie	367	6%	1 687	13%	1 219	14%	1 820	14%	360%	-28%	49%
Transport de Voyageurs	175	3%	306	2%	104	1%	88	1%	75%	-66%	-15%
Transport de Marchandises	133	2%	135	1%	35	0,4%	37	0,3%	2%	-74%	6%
Transport frigorifique	251	4%	260	2%	122	1%	208	2%	4%	-53%	70%
BTP	618	10%	1 509	11%	1 145	13%	1 790	14%	144%	-24%	56%
Professions Libérales	165	3%	421	3%	354	4%	510	4%	155%	-16%	44%
Maintenance	222	3%	400	3%	337	4%	562	4%	80%	-16%	67%
Pêche	18	0,3%	44	0,3%	28	0,3%	67	1%	144%	-36%	139%
Hydraulique	3	0,05%	14	0,1%	9	0,1%	18	0,1%	367%	-36%	100%
Total	**6 503**	**100%**	**13 187**	**100%**	**8 584**	**100%**	**12 582**	**100%**	**103%**	**-35%**	**47%**

A la lecture du tableau de synthèse ci-dessus relatif à la répartition sectorielle des projets financés de l'année 2014, il ressort que :

- Tous les secteurs ont enregistré une augmentation durant le 2ème et le 4ème trimestre et une baisse au courant de du 3ème trimestre.

➢ ***Répartition des emplois par secteur d'activité***

Secteur d'Activité	1er trimestre		2ème trimestre		3ème trimestre		4ème trimestre				
	Emplois	Taux	Emplois	Taux	Emplois	Taux	Emplois	Taux	Evolution (2ème/1er)	Evolution (3ème/2ème)	Evolution (4ème/3ème)
Services	4 701	32%	7 871	26%	4 117	21%	5 714	20%	67%	-48%	39%
Agriculture	3 385	23%	7 840	26%	5 319	28%	7 682	27%	132%	-32%	44%
Artisanat	2 060	14%	3 209	10%	1 929	10%	3 153	11%	56%	-40%	63%
Industrie	1 059	7%	4 703	15%	3 155	16%	4 692	16%	344%	-33%	49%
Transport de Voyageurs	320	2%	529	2%	167	1%	163	1%	65%	-68%	-2%
Transport de Marchandises	196	1%	192	1%	56	0,29%	61	0,21%	-2%	-71%	9%
Transport frigorifique	371	3%	389	1%	150	1%	278	1%	5%	-61%	85%
BTP	1 652	11%	3 878	13%	2 743	14%	4 234	15%	135%	-29%	54%
Professions	337	2%	912	3%	744	4%	1 157	4%	171%	-18%	56%

Libérales											
Maintenance	480	3%	849	3%	678	4%	1 115	4%	77%	-20%	64%
Pêche	72	0,49%	253	1%	154	1%	342	1%	251%	-39%	122%
Hydraulique	7	0,05%	19	0,06%	10	0,05%	43	0,15%	171%	-47%	330%
Total	**14 640**	**100%**	**30 644**	**100%**	**19 222**	**100%**	**28 634**	**100%**	**109%**	**-37%**	**49%**

A la lecture du tableau de synthèse ci-dessus relatif à la répartition sectorielle des emplois crées de l'année 2014, il ressort que :

- Le secteur de l'agriculture est en première position, suivi des services, de l'industrie et en fin du secteur de bâtiment.

La comparaison entre les quatre trimestres fait ressortir ce qui suit:

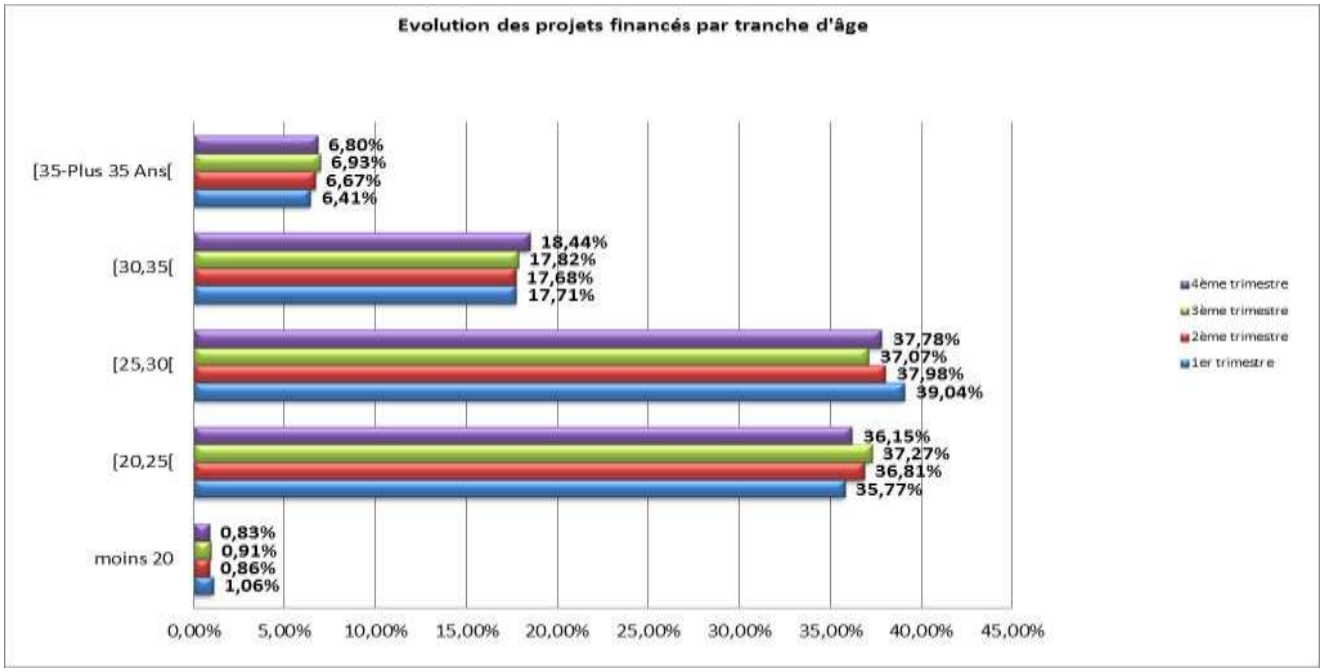
- Une progression respective de l'ordre de **109%** et **49%** est observée durant le 2ème et 4ème trimestre.
- Une baisse de **37%** est observée durant le 3ème trimestre.

➢ ***Projets financés par tranche d'âge des promoteurs***

	1er trimestre		2ème trimestre		3ème trimestre		4ème trimestre				
Tranche d'âge	Nombre de projets	%	Nombre de projets	%	Nombre de projets	%	Nombre de projets	%	Evolution (2ème/1er)	Evolution (3ème/2ème)	Evolution (4ème/3ème)
moins 20	69	1,06%	113	0,86%	78	0,91%	105	0,83%	64%	-31%	35%
[20,25[	2 326	35,77%	4 854	36,81%	3 199	37,27%	4 549	36,15%	109%	-34%	42%

[25,30[	2 539	39,04%	5 009	37,98%	3 182	37,07%	4 753	37,78%	97%	-36%	49%
[30,35[	1 152	17,71%	2 332	17,68%	1 530	17,82%	2 320	18,44%	102%	-34%	52%
[35-Plus 35 Ans[	417	6,41%	879	6,67%	595	6,93%	855	6,80%	111%	-32%	44%
Total	**6 503**	**100%**	**13 187**	**100%**	**8 584**	**100%**	**12 582**	**100%**	**103%**	**-35%**	**47%**

Durant les quatre trimestres de l'exercice 2014, il ressort que la répartition des projets financés par tranche d'âge montre que la classe majoritaire pour les jeunes promoteurs est celle des [25- 30 ans[suivi de la tranche [20-25[, [30-35[, [35 et plus [et enfin les moins de 20ans.

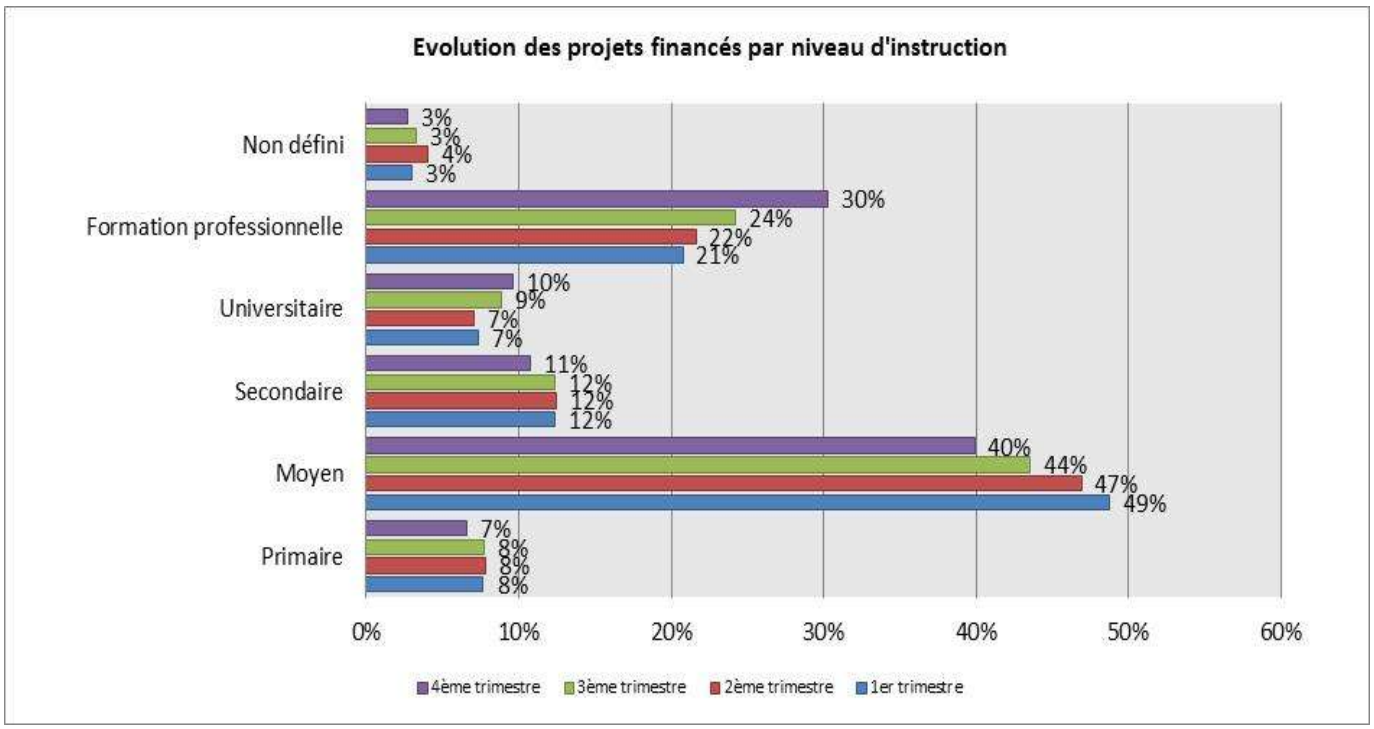


- ***Projets financés par niveau d'instruction***

Larépartition des projets financés par niveau d'instruction durant l'année 2014, telle que reprise dans le tableau ci-dessous, met en évidence la prédominance du niveau « moyen », le niveau « formation professionnelle » occupe la seconde place, suivi du niveau « secondaire», le niveau « universitaire » etenfin les niveaux primaire et « non défini » .

	1er trimestre		**2ème trimestre**		**3ème trimestre**		**4ème trimestre**				
Niveau d'instruction	Nombre de projets	%	Nombre de projets	%	Nombre de projets	%	Nombre de projets	%	Evolution (2ème/1er)	Evolution (3ème/2ème)	Evolution (4ème/3ème)
Primaire	499	8%	1 029	8%	663	8%	833	7%	**106%**	**-36%**	**26%**
Moyen	3 171	49%	6 189	47%	3 738	44%	5 020	40%	**95%**	**-40%**	**34%**
Secondaire	806	12%	1 648	12%	1 065	12%	1 360	11%	**104%**	**-35%**	**28%**
Universitaire	480	7%	935	7%	758	9%	1 214	10%	**95%**	**-19%**	**60%**
Formation professionnelle	1 352	21%	2 851	22%	2 081	24%	3 811	30%	**111%**	**-27%**	**83%**
Non défini	195	3%	535	4%	279	3%	344	3%	**174%**	**-48%**	**23%**
Total	**6 503**	**100%**	**13 187**	**100%**	**8 584**	**100%**	**12 582**	**100%**	**103%**	**-35%**	**47%**

On remarque que le nombre de projet porté par des universitaires, est très bas au premier trimestre mais augmente considérablement par la suite, cette augmentation est du à l'implantation des multiples maisons entrepreneuriales au niveau des universités



- ***<u>Micro entreprises entrées en exploitation</u>***

Trimestre	Micro entreprises entrées en exploitation	Impact emplois	Montant d'investissement (DA)
1er trimestre	4 010	8 426	13 636 601 060
2ème trimestre	3 654	7 852	12 907 022 228
3ème trimestre	2 738	5 830	9 413 456 574
4ème trimestre	3 477	7 752	12 134 393 176
Total	13 897	29 860	48 091 473 038

13.897 micro-entreprises sont entrées en exploitation durant l'exercice 2014, permettant la création de **29.860** emplois directs et permanents, nonobstant les emplois indirects induits.

Section 3 : Evaluation du dispositif de l'ANSEJ

Lors de cette dernière section de notre présent travail, nous allons tenter d'apporter une évaluation au dispositif institutionnel de l'ANSEJ, dans le but de répondre à notre problématique, qui est de déterminer les facteurs d'efficacités et les facteurs de blocage du dispositif étudié.

Pour cela nous avons procéder à une enquête par questionnaires, cette dernière visée les parties prenantes du dispositif, c'est-à-dire le promoteur, l'accompagnateur, et les membres de la commission de sélection, de financement et de validation du projet soumis.

A ce titre, trois questionnaires (annexe 1, 2,3) ont été établit visant chacun une catégorie de partie prenante citée ci-dessus, de sorte à avoir un regard croisé et objectif sur la situation, car tenter d'évaluer le dispositif d'aide à la création d'entreprise par un seul angle aurait été, une analyse incomplète.

Ces questionnaires ont été distribués dans quatre villes représentant les quatre coins du pays : ORAN pour l'ouest, ALGER (antenne est) pour le centre, ADRAR pour le sud et GUELMA pour l'est, ce choix à pour but de nous apporter une vision globale et générale du phénomène sur le territoire algérien.

La présente section sera répartie en deux parties, lors de la première nous présenterons les questionnaires en expliquant la finalité de chaque partie, et en présentant les résultats obtenus, la seconde partie apportera la conclusion de cette section en faisant une analyse des résultats de l'enquête et en proposant des recommandations et des solutions.

3.3.1 Présentation des questionnaires et des résultats

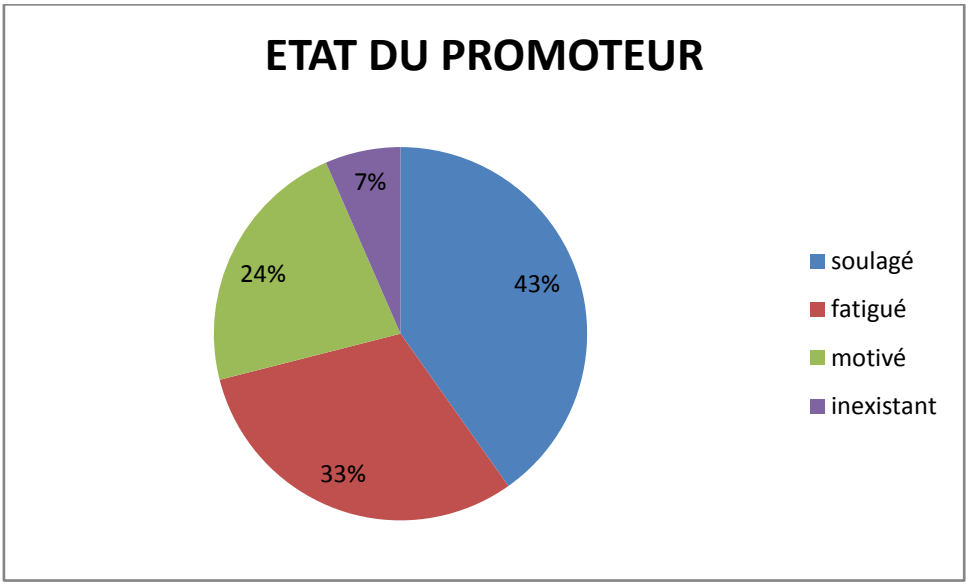
3.3.1.1 Questionnaires promoteurs

Pour ce questionnaire, nous avons pris un échantillon de 100 promoteurs répartis dans les quatre villes choisies pour l'enquête, ce dernier contient 3 groupes de question,

- ✓ le premier groupe porte sur les généralités pour situer la tranche d'âge, son niveau d'instruction et son choix d'aller vers l'ANSEJ.
- ✓ Le second groupe est intitulé : l'entreprise et vous, cette catégorie de question comprendre le besoin d'entrepreneuriat du promoteur et ses connaissances la dessus
- ✓ Le dernier groupe s'intitulant : l'ANSEJ et vous, a pour but de comprendre la situation du promoteur au sein du dispositif et sa vision sur ce dernier.

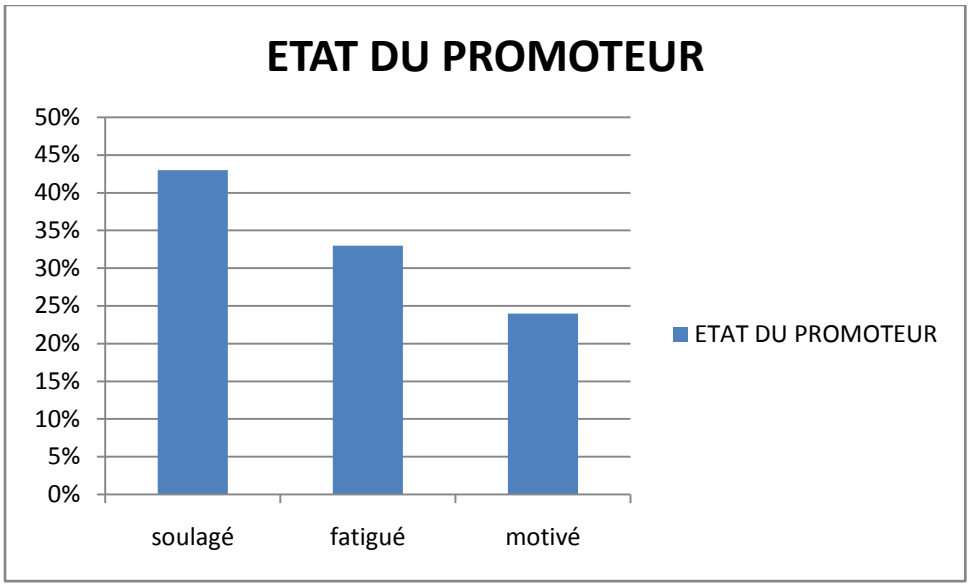
➢ **Généralités :**

- La première question de cette partie était liée au niveau de formation des promoteurs, les résultats sont présentés ci-dessous



41% des promoteurs sont de la formation professionnelle, 29% sont les universitaires ayant l'envie de créer leur propre entreprise.

- La deuxième question porte sur la tranche d'âge :



Environs 50% des promoteurs ont entre 25 et 30 ans, 11% font partie de la tranche commune entre l'ANSEJ et la CNAC (30-40), ces derniers disent avoir choisis l'ANSEJ par sa notoriété, sa proximité ou encore ses prestations qu'ils trouvent meilleures que ceux de la CNAC

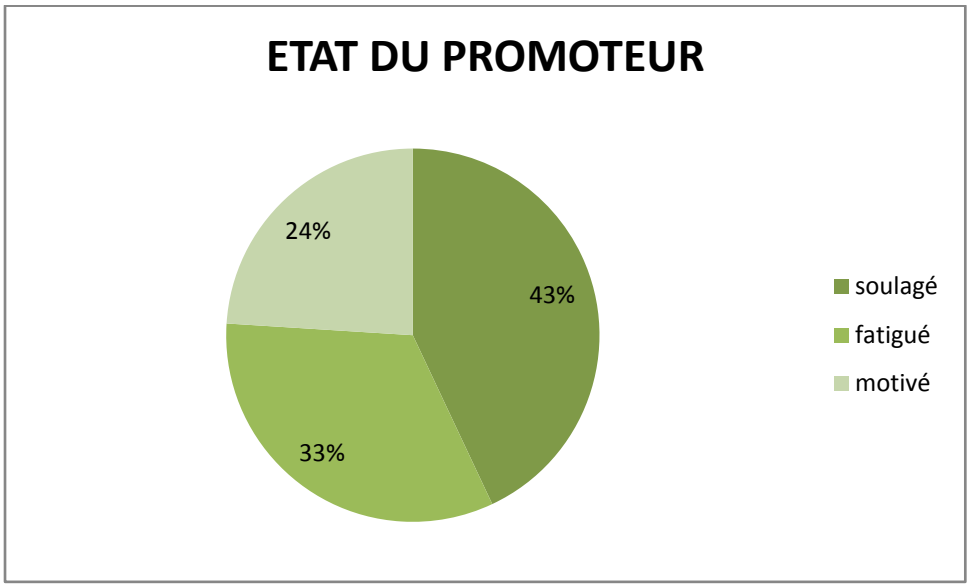
- Lors de la troisième question, on demande pourquoi l'ANSEJ

Pour cette question environs la moitié des promoteurs sont poussés par l'envie d'entreprendre et par les avantages fiscaux que propose cet organisme, or il existe plus de 15% vont vers l'ANSEJ parce qu'il pense que c'est un droit, qu'il ait un bon projet ou pas, qu'il soit apte a être chef d'entreprise ou non.

- **L'entreprise et vous**

- Quand on demande au promoteur pourquoi l'entrepreneuriat plus de 60% sont en chômage est veulent travailler à leur propre compte, environs 1% sont attirés par l'entrepreneuriat dans un but de développement sectoriel ou personnel

- La deuxième question portait sur les notions de l'entrepreneuriat



Seulement 37% Des promoteurs ont des notions en entrepreneuriat.

- Plus 90 % des promoteurs ont des projets liés à leur formation de base, environs 58% d'entre eux connaissent bien, le reste connaissent moyennement le marché dans le quel ils vont investir.

➢ **L'ANSEJ et vous**

- A Oran comme à Alger la majorité des promoteurs ont pris connaissance de l'ANSEJ par le biais des médias ou des salons, Or à GUELMA comme à ADRAR, les promoteurs connaissent l'ANSEJ majoritairement par biais de leurs proches, ca pourrait être du à la centralisation des événements de communication (nous y reviendrons dans la deuxième partie de la section)
- Pour ce qui est de l'accompagnement, les promoteurs trouvent ça très utile, même nécessaire, or plus de la moitié affirment que l'accompagnateur reçois rapidement ces derniers, sans prendre le temps de rentrer dans les détails du projet. (nous y reviendrons aussi)
- Même si plus de 60% Des promoteurs en phase de réalisation ont reçu une formation en gestion des entreprises, bon nombre n'a pas bénéficié de cette dernière

3.3.1.2 Questionnaires CSVF

Ce questionnaire est destiné au membre décideurs de du dispositif, ces derniers sont les membres de la commission de sélection, de validation et de financement des projets, cette commission est composée principalement des représentants des banques, de l'ANSEJ, de l'ANEM, de la chambre de commerce, de l'artisanat, la direction des impôts, de l'emploi, de la pêche et de l'agriculture.

- **78%** de ces derniers accorde le projet au promoteur, selon son diplôme et sa manière de défendre le projet, seulement **16%** d'entre eux tiennent en compte de l'expérience du promoteur.
- La deuxième question de ce questionnaire, visait à savoir la période à laquelle les membres du CSVF prennent connaissance du dossier, contrairement à GUELMA où **100%** des membres obtiennent les dossiers avant le jour du CSVF, ce qui permet une meilleure analyse du projet**, 89%** des membres jugent le dossier pendant le passage du promoteur.
- Un traitement spécial est accordé aux dossiers des promoteurs ANSEJ, dont la durée moyenne de traitement est de 4 à 6 mois selon **67 %,** à GUELMA comme à ADRAR la majorité, le temps de traitement est généralement entre 1 et 3 mois.

Le reste des résultats (questions ouvertes) seront directement traités dans la deuxième partie de la section.

3.3.1.3 Questionnaires accompagnateurs

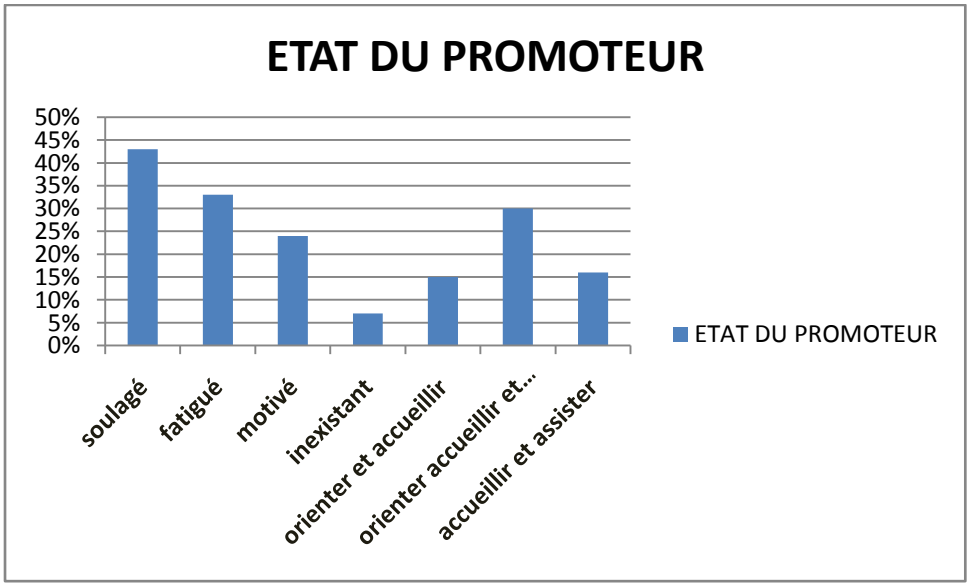
Ce questionnaire, comme celui destiné aux promoteurs, est composé de plusieurs parties,

- ✓ **Généralités :** cette partie a pour but de connaitre le profil de l'accompagnateur et d'avoir sa vision sur le rôle qu'il doit accomplir
- ✓ **La phase de création, la phase de réalisation et la phase d'exploitation :** ces trois parties visent à situer chacune d'elles dans le dispositif de l'ANSEJ

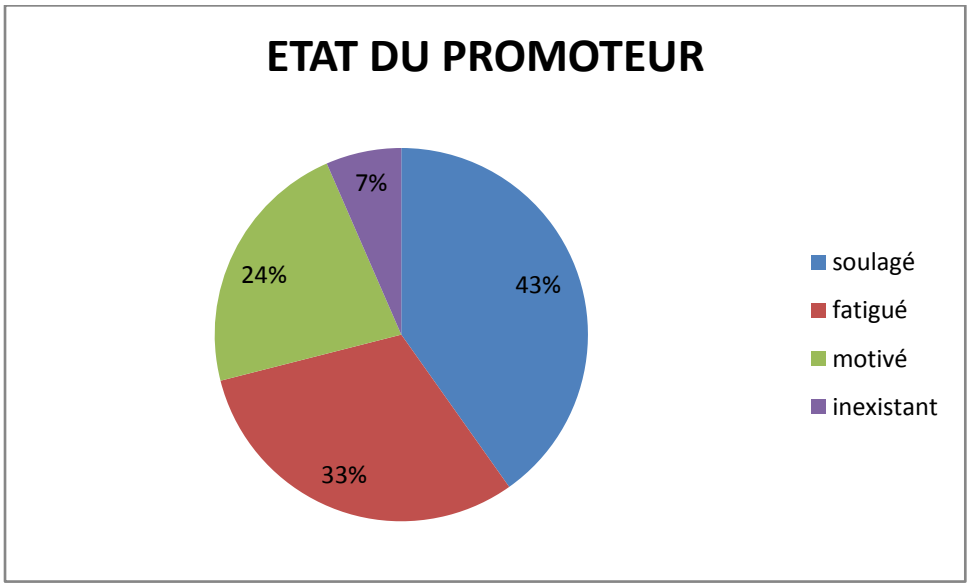
✓ **Questions ouvertes** ayant pour finalité, d'avoir l'avis des accompagnateurs sur le dispositif.

➢ **Généralités :**

- **96%** des accompagnateurs sont issus des sciences commerciales, sciences de gestion et sciences économiques
- Tous les accompagnateurs ont suivi une formation en communication et techniques de communication
- A la question quelle est votre mission, les réponses sont comme suit :

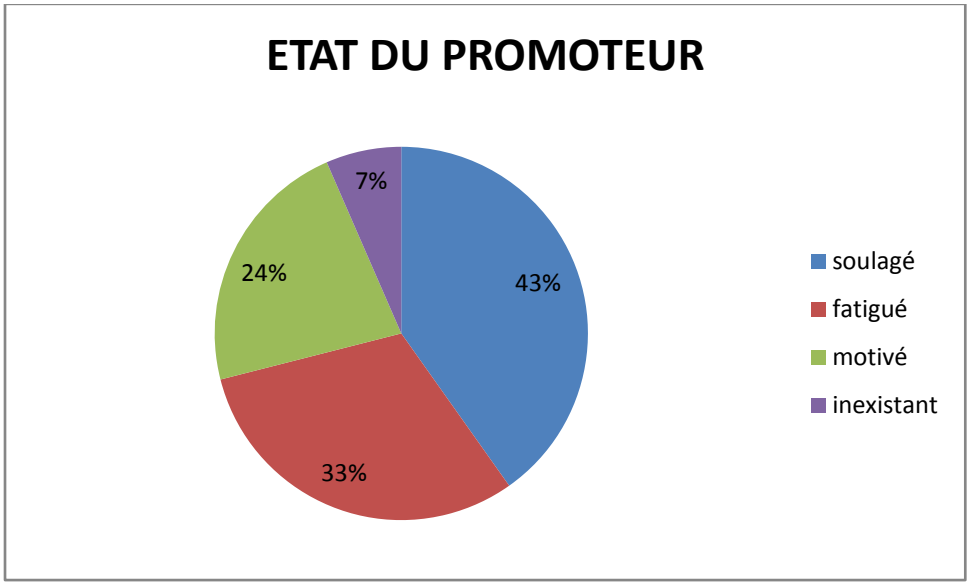


- A la question des nombres de dossiers traités



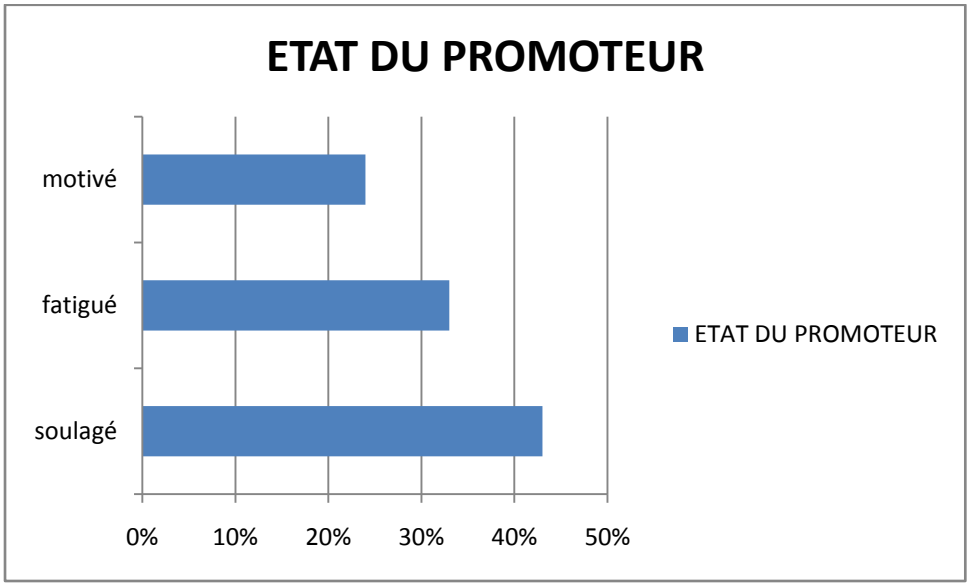
Il faut savoir que les 15 % du graphe sont représentés essentiellement pas les accompagnateurs de GUELMA, quand au 52%, tous les accompagnateurs à ORAN et ALGER ont plus de 200 dossiers à traiter par an.

- A la question de l'esprit entrepreneuriale chez les promoteurs,



➢ **Phase de création**

- Environs **98%** des accompagnateurs s'accordent sur le fait que cette phase commence des le dépôt du dossier
- Le promoteur vient au premier contact



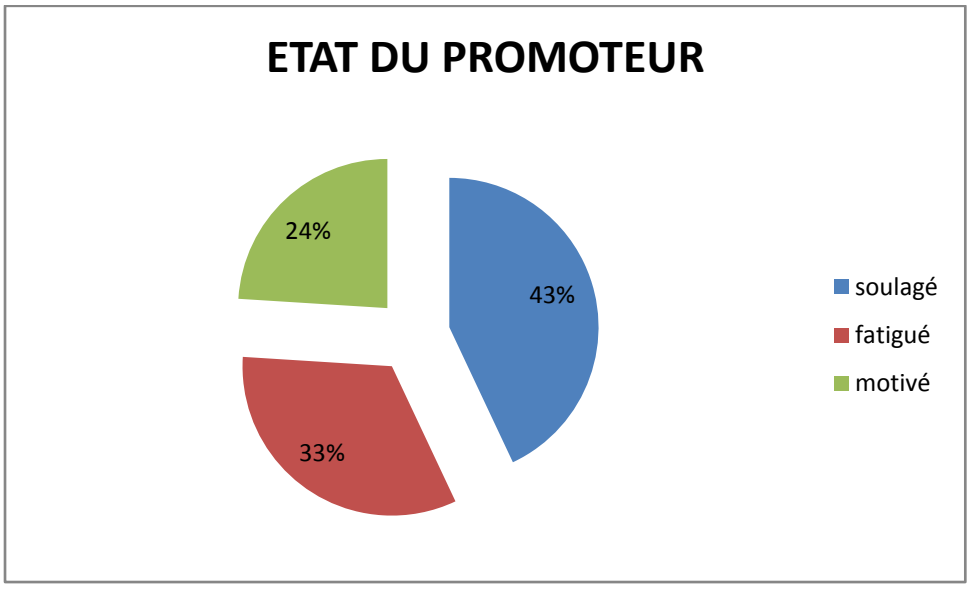
- Le promoteur maitrise à **65 %** quelques aspects du projet

➢ **Phase de réalisation**

- Le commencement de cette étape diffère d'une ville à une autre, pour les accompagnateurs de GUELMA, elle débute au moment du financement, or à ALGER comme à ORAN, cette dernière débute au moment de la notification bancaire
- Tous les accompagnateurs s'accordent pour dire que ce n'est pas toutes les banques qui sont collaboratives

➢ **Phase d'exploitation**

- **87%** Des accompagnateurs affirment que pour arriver à cette étape, ca prend entre 6 et 12 mois
- Et qu'a l'arrivée le promoteur est :



Seuls 24% des promoteurs arrivent motivé pour continuer l'aventure de l'entrepreneuriat

- Le reste des questions seront directement traitées dans ce qui va suivre.

3.3.2 Analyses des résultats et recommandations

Cette dernière partie sera une sorte de synthèse d'analyses et de recommandations

3.3.2.1 les points d'efficacité et les points de blocage du dispositif :

- ***Pour le promoteur***

Les avantages qu'offre le dispositif de l'ANSEJ aux jeunes désirant se lancer dans l'aventure de l'entrepreneuriat est sans égal :

- Avantages financiers et fiscaux : de par le crédit sans intérêt accordé et l'exonération des impôts
- La création de sa propre entreprise, pour les chômeurs ou même les jeunes ayant un esprit d'entreprise, l'ANSEJ leur offre l'opportunité de se lancer dans ce domaine malgré le manque d'expérience et le manque de moyen
- Réinsertion sociale
- Les PNR octroyés avant le virement bancaire

Maintenant pour ce qui est des points faibles :

- Souvent le promoteur vient en ayant de mauvaises informations sur le dispositif
- Le promoteur nourrie un tres faible esprit d'entreprise
- Le taux des universitaires voulant entreprendre reste relativement faible
- La non-disponibilité des équipements chez les fournisseurs

- **Pour l'accompagnateur**

L'accompagnateur est le point clé du dispositif de l'ANSEJ, il peut être un facteur d'efficacité comme il peut être un facteur de blocage, en effet, le dispositif peut changer d'un accompagnateur à un autre, de part sa capacité de transmettre la bonne information, sa capacité de bien communiquer avec le promoteur, de présenter le dispositif, d'expliquer son application et d'assister le promoteur dans toutes les étapes,

Dans la première partie de cette section nous avons vu que les promoteurs trouvent que l'accompagnement est nécessaire, or les accompagnateurs n'accordent pas beaucoup

de temps aux entrepreneurs, ce point est du au nombre élevé des dossiers à traiter par les accompagnateurs.

- **Pour les parties prenantes institutionnelles**

La création d'entreprise offre à l'économie, un nombre de TPE créant de l'emploi, des activités et surtout enrichissant le tissu économique.

Or, il existe quelques points de blocage, comme la lenteur du dispositif, pour des raisons très spécifiques :

- Lenteur administrative du aux nombreux dossiers à fournir
- Le retard de l'attribution de l'accord bancaire et le dépassement des délais de virement
- Les erreurs des attestations d'affiliation
- Le retard d'attribution des cartes fiscales
- La difficulté à trouver un local pour commencer l'activité
- La communication et l'information erronées malgré les événements (salon, journées, conférences) organisée dans ce sens

3.3.2.2 Recommandations

Quelques recommandations sont à faire :

- Encourager l'esprit d'entreprise des le plus jeune âge
- Rajouter des formations, des licences et des masters en entrepreneuriat
- Généraliser le concept de la maison de l'entrepreneuriat : crée en 2007 dans le cadre d'un partenariat entre l'ANSEJ et l'université de Constantine, cette structure implantée à l'université a pour mission de diffuser la culture entrepreneuriale en milieu universitaire en formant les étudiants à l'entrepreneuriat et en assurant le pré-accompagnement aux porteurs de projet
- Alléger le dossier bancaire et raccourcir les délais
- Augmenter la communication

- Sensibiliser à des projets innovateurs

CONCLUSION GENERALE

Comme, il a été mentionné en introduction de ce travail, l'entrepreneuriat à travers la création d'entreprise a connu un intérêt grandissant dans la sphère économique mondiale, cet intérêt est relativement récent, en effet, le phénomène entrepreneurial s'est imposé progressivement, de par ses incidences et ses enjeux sur la société et l'économie, touchant ainsi à des points sensibles du développement tel que, le renouvellement du tissu économique, la création d'emploi et la réinsertion sociale.

Prenant conscience de l'importance de ce phénomène, les organismes institutionnels d'aide à la création de l'entreprise ainsi que les pépinières d'entreprise, se multiplient. Le gouvernement algérien a mis en place plusieurs dispositifs dans ce sens.

Le cheminement proposé, pour analyser ce phénomène était celui d'étudier ce qu'on appelle le processus entrepreneurial, ce processus part d'un état d'esprit nourrissant une idée, qu'il faut développer, mettre au point, pour concrétiser cette dernière et aboutir à la création d'une entreprise.

Ce phénomène est ensuite replacer dans un environnement institutionnel, il faut dire que dans ce cas la, pour concrétiser l'idée dans un milieu institutionnel, il est nécessaire de saisir l'opportunité d'affaire s'offrant à l'éventuel entrepreneur, une opportunité qu'il doit utiliser à bon escient, en faisant ressortir la valeur de l'idée, pour convaincre les possesseurs à adhérer au projet soumis, se transformant en parties prenantes, assurant ainsi les ressources nécessaires à la concrétisation du projet.

Pour s'étaler un peu plus, il faut dire que l'entrepreneur se situe dans un environnement où plusieurs facteurs doivent être pris en compte multiples. Il existe une distinction classique consistant à décomposer cet environnement en, d'une part, un macro-environnement, regroupant des dimensions socio-économique, institutionnelle, technologique, écologique et culturelle, et, d'autre part, un micro-environnement plus proche composé d'activités et de marchés, de concurrents et de parties prenantes.

Chacune de ces parties prenantes évalue, selon ses propres critères, l'utilité ou pas d'adhérer au projet proposé, et mettre à la disposition du porteur de projet, les ressources nécessaires pour la réalisation de ce dernier.

Notre recherche était donc porté sur les structures d'aides à la création d'entreprise qui sont sensées être destinées à dépasser et à combler les multiples difficultés et besoin de compétences dont le créateur est confronté.

Ces structures offrent un dispositif d'accompagnement apportant de multiples conseils qui permettent au créateur d'éviter les erreurs commerciales, juridiques, de gestion financière et de personnel. Ces mêmes conseils renforcent ses compétences ou ses expériences et augmentent les chances de longévité de son entreprise. On peut extrapoler que la mobilisation des agents économiques de différents horizons offre l'opportunité de donner à d'autres personnes l'envie et la volonté d'entreprendre.

C'est dans cette optique que s'inscrit l'aide à la création d'entreprise qui est finalement un outil destiné à faciliter l'émergence de la culture d'appropriation et d'apprentissage.

Pour ce faire ce processus doit relever avant tout d'un dispositif cohérent visant à établir des relations régulières pour la mise en œuvre des fonctions clefs de l'entreprise nouvellement créée. L'accompagnement un élément clé du processus, doit se faire jusqu'à ce que la nouvelle entreprise ait atteint une certaine autonomie. L'approche de l'accompagnement se veut globale et s'appuie sur la mise en place d'une stratégie de développement et de consolidation intégrant les politiques fonctionnelles nécessaires. Ceci suppose naturellement l'adhésion totale du créateur compte tenu de ses intentions fondamentales, de ses besoins et des moyens propres dont il formule stratégique ou les plans à moyen terme à mettre en place, à valider et à développer, les faiblesses à éliminer progressivement ou les points forts sur lesquels il faut s'appuyer, la durée et la périodicité des rencontres, les obligations réciproques, etc.

Maintenant pour répondre à notre problématique initiale qui avait pour objectif d'identifier les points d'efficacité et les points de blocage du dispositif institutionnel d'aide à la création de l'entreprise de l'ANSEJ, et suite à notre travail empirique nous sommes ressortis avec des points positifs et d'autres négatifs,

En premier lieu, avec le dispositif qu'elle met en place, l'ANSEJ vise en premier lieu à lutter contre le chômage et ceci en sensibilisant les jeunes à la création d'entreprise, les incitant ainsi à la création d'activité et par la même occasion d'emplois, pour ce faire cet organisme propose une multitude de facteurs facilitant l'accès au ressources permettant de concrétiser l'idée du promoteur, ces derniers font la force de ce dispositif et nourrissent sa notoriété.
Il faut dire que lesavantages financiers et fiscaux dont bénéficie l'éventuel entrepreneur(une exonération fiscale de trois ans, un crédit sans intérêt quel que soit la région dans laquelle il se trouve, remboursable en huit années, ce qui donne largement le temps au porteur de projet, mais aussi d'un prêt non rémunéré qui dépend de la nature du projet, ce dernier est remboursable sur cinq année), attire un nombre important de jeunesdont les motivations sont multiples et diffèrent l'un de l'autre, certains souffrent de chômage, aiment le risque ou veulent leur indépendance, d'autres cherchent tout simplement à créer leur propre emploi, mais la majorité trouvent dans ce dispositif un outil de réinsertion professionnel et social, mais surtout un facteur d'épanouissement personnel, car de nos jours il est difficile de trouver du travail ou mettre un projet sur pied sans une grande expérience et sans ressources financières, chose que l'ANSEJ ne prend pas réellement en compte.
Par ailleurs, l'accompagnement mis en œuvre par cette institution, est nécessaire et très utile pour le suivi et l'assistance des jeunes promoteurs, le processus d'accompagnement peut être un facteur d'efficacité, comme il peut être un facteur de blocage, en effet ce dernier change d'un accompagnateur à un autre, ce qui peut modifier l'application du dispositif lui-même.
Il est vrai que la pérennisation des créations d'entreprise (pérennisation qui a de fortes incidences en matière de création d'emplois) est un enjeu majeur de l'accompagnement ante mais aussi post création. Les organismes d'accompagnement à la création d'entreprise délivrent un accompagnement dont la finalité est d'adapter les projets à l'environnement et de renforcer le « capital social » des créateurs. Cependant de par le nombre important de dossiers et de promoteurs que les accompagnateurs reçoivent quotidiennement, ca leurs aient quasi impossible de respecter le processus d'accompagnement comme il se doit, et d'être à la hauteur des objectifs fixés,il serait donc préférable de passer d'un objectif essentiellement quantitatif (augmenter le nombre des créations) à des préoccupations

d'ordre qualitatif (améliorer la pérennité des entreprises créées), avec une concentration des efforts sur certaines sous- populations jugées dignes d'intérêt. Ce changement de perspective n'est pas fait pour rendre plus facile l'évaluation des politiques d'aide à la création, du point de vue de leur efficacité (atteinte des objectifs) ou de leur efficience (atteinte des objectifs au meilleur coût). Par exemple, les préoccupations croissantes apportées à la pérennité incitent aujourd'hui les organismes de conseil à inciter dans certains cas les candidats à *ne pas* créer ; si le conseil est donné à bon escient, c'est-à-dire après une lecture lucide du dossier, le système doit être considéré comme efficace, malgré un nombre de créations à son actif en diminution.

Autre constatation, le dispositif peut changer aussi d'un promoteur à un autre, effectivement, l'entrepreneuriat est un champ disciplinaire à part entière, ayant pour première composante l'esprit d'entreprise, cet esprit reste relativement faible chez les jeunes promoteurs algériens, ce qui peut affecter leur ténacité, leur motivation et leur savoir faire, d'où la nécessité de développer et promouvoir une culture entrepreneuriale depuis le plus jeune âge, il serait judicieux donc de mettre en place un système éducatif cohérent avec les objectifs économiques et sociaux du pays,

A cet effet, on pourrait : inclure cette spécialité dans la scolarité, généraliser l'implantation des maisons de l'entrepreneuriat sur tout le territoire nationale, multiplier les projets de licence et de master en entrepreneuriat, il faudrait aussi le nombre de conférences sur l'entrepreneuriat, augmenter le nombre de conférence dans ce sens, de salon - d'une manière décentraliser (en essayant de toucher toutes les villes, mêmes les plus petites)- et de forum internationaux pour favoriser l'échange et la globalisation.

D'autre part, les capacités institutionnelles doivent être renforcées et mises en réseaux dans le but de promouvoir les partenariats efficients pour le développement de la production locale et la croissance du tissu industriel ;

Enfin, il faut avantager et favoriser les jeunes entrepreneurs qui veulent créer des petites entreprises générant des postes d'emplois, dans des secteurs de l'environnement, l'éducation, santé, économie d'énergie (secteurs vierges), mais aussi les projets d'innovations et de développement, et geler les secteurs saturés (comme il a été fait avec le transport en 2012).

Pour finir, nous pouvons dire que le dispositif d'aide à la création d'entreprise est un véritable atout au niveau économique, surtout qu'il a une perspective d'autofinancement, et qu'il sensibilise ; comme au niveau social, avec quelque réajustement, il serait peut être possible, de mettre en œuvre plusieurs projets phares selon le besoin de l'économie national, où il sera question de créer des entreprises autour de ces dernier.

Bibliographie :

ALBERT Philippe et **MOUGENOT Philippe**, La création d'entreprises High-tech, Revue Française de Gestion, n° 68, mars avril mai 1988, p. 106-118.

ALBERT Philippe, **GRANDGUILLOT Alain**, **RAMUS Vincent** et **SALMON Pierre**, Les pépinières d'entreprises, ANCE-DATAR, 1989.

ANCE, Créer ou reprendre une entreprise - Méthodologie et guide pratique, ANCE et Editions d'Organisation, 1982, (édition 1990).

ANCE, Les créateurs d'entreprises, ANCE, 1988.

BARREYRE Pierre-Yves, Stratégie d'innovation dans les moyennes et petites industries, Hommeset Techniques, 1975.

Baumol, W. J, "Entrepreneurship in Economic Theory",The American Economic Review, n 58, p. 64-71, 1998

BROCKHAUS Robert H. et **HORWITZ Pamela S.**, The psychology of the entrepreneur, in The Art and Science of Entrepreneurship, D. L. Sexton et R. W. Smilor, Ballinger Publishing Company, Cambridge Ma, 1986, p. 25-48.

Bruyat C, Création d'entreprise: contributions épistémologiques et modélisation, Thèse pour le doctorat en sciences de gestion, Université Pierre Mendès France, Grenoble II, 1993

BRUYAT Christian et **HUMBLOT Thierry**, L'appui à la création d'entreprises (Rhône-Alpes89), SAFIR, 1990.

BRUYAT Christian et **CARNET Gérard**, Les créateurs d'entreprises industrielles, CEFAGI, N° 5.111, 1976.

BRUYAT Christian, Le système d'appui à la création et à la reprise d'entreprises : Rhône-Alpes 1992, SAFIR, 1992, 133 pages.

BURGER-HELMCHEN et P.Y. Gomez, « Création de la firme et genèse de l'organisation : une approche évolutionniste du processus entrepreneurial », Communication au Troisième Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, Lyon

CALLIES Jean-Marie, Création d'entreprises et création d'emplois, Problèmes Economiques, n° 2135, juillet 1989 (b), p. 10-14.

CASPAR P., **GRINDA J.R.** et **VIALLET F.**, Créez vous même votre entreprise. Pourquoi ? Comment ? , Les Editions d'Organisation, 1987.

CASSON Mark, L'entrepreneur, Economica, 1991 (Traduction de : The Entrepreneur: an EconomicTheory, Oxford Blackwell, 1982).

CNME, Causes d'échec et conditions de succès de la création d'entreprise industrielle, Bulletin trimestriel de la CNME, n° 76, 1977, p. 25-74.

CORNUDET Cécile, Création d'entreprises : l'accompagnement, un gage de réussite, Les Echos, 25 janvier 1991.

CORIAT Benjamin et **WEINSTEIN**oliver, les nouvelles théories de l'entreprise, librairie générale francaise,1995

DUBOIS Philippe, Stratégie des entreprises en création - Rédaction du business plan, Premier colloque national de pépinières d'entreprises et de centres d'entreprises et d'innovation, ELAN, 22 novembre 1990, dossier Problèmes de stratégie de l'entreprise

Drucker P, Les entrepreneurs, L'expansion Hachette, paris, 1985

EGGENS Jean-Baptiste, Peut-on parler d'une théorie générale de la firme - 1 émergence de l'entrepreneur, Revue Française de Gestion, mai 1975, p. 17-32.

ERNEST&YOUNG: "Nature or nurture: decoding the DNA of the entrepreneur". Juin 2011, 2003

ETTINGER Jean-Claude, Stimuler la création d'emplois par la création d'entreprise, Revue Française de Gestion, mars-avril-mai 1989, p. 56-61.

FAYOLLE, des propositions épistémologiques et méthodologiques pour repositionner les recherches en entrepreneuriat. 2000,

FAYOLLE A. « D'une approche typologique de l'entrepreneuriat chez les ingénieurs à la reconstruction d'itinéraires d'ingénieurs-entrepreneurs », Revue de l'entrepreneuriat, n°1, p. 77-99. 2001

FAYOLLE A. « Quatre paradigmes pour cerner le domaine de recherche en entrepreneuriat », VIIe CIFPME, Montpellier, 2004

FONTAINE J. ; SAPORTA B. ; VERSTRAETE T. Entrepreneuriat et enseignement : rôle des institutions de formation, programmes, méthodes et outils, Actes du premier congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat (http://www.entrepreneuriat.com); 1999

GASSE Yvon, L'entrepreneurship : une stratégie de recherche et d'intervention pour ledéveloppement, P.M.E., vol 1 n° 5, 1985, p. 8-24.

Gasse, Y., Diochon, M., Menzies, «Les entrepreneurs naissants et la poursuite de leur projet d'entreprise : une étude longitudinale», *6° Congrès international francophonesur la PME*, Montréal, 2000

Gomez P.-Y. Qualité et théorie des conventions, Economica, 1994

Gomez P.-Y. « Des règles du jeu pour une modélisation conventionnaliste », Revue Française d'Economie, Volume X, 3,1995

Gomez P.-Y. Le gouvernement de l'entreprise, InterEditions, 1996

Gomez P.-Y. « Information et conventions : le cadre du modèle général », Revue Française de Gestion, Janvier Février 1997

Gomez P.-Y. et Marion G. (1997).« Introduction : Dossier La théorie des conventions en pratique », Revue Française de Gestion, Janvier-Février

IBN ABDELJALIL Najib, « l'entreprise et son environnement », recueil de publications, édition consulting, 1997

JACLIN Franck, Le guide de la création d'entreprise, Nathan, 1989.

JANSSENFrank, entreprendre « une introduction à l'entrepreneuriat » deboeck, 2009

JULIEN Pierre-André et **MARCHESNAY Michel**, La petite entreprise, Vuibert gestion, 1987.

JULIEN ET MARCHESNAY, l'entrepreneuriat, paris économica, 1996

JULIEN Pierre-André et **MARCHESNAY Michel**, Des procédures aux processus stratégiques dans les PME, in Perspectives en management stratégique, Economica, 1992, p. 97-129.

JULIEN Pierre-André, Vers une typologie multicritère des PME, Revue internationale PME, vol 3 n° 3-4, 1990, p. 411-425.

KIRCHHOFF Bruce A. et **PHILLIPS Bruce D.**, Are small firms still creating the new jobs, in Frontiers of Entrepreneurship Research, Babson College, 1991, p. 335-349.

Gérard. **KOKOU DOKOU**, ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL ET CONSTRUCTION DES FACTEURS CLES DE SUCCES, Xième Conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique 13-14-15 juin 2001, France

LAFOND Patrick, Créateur d'entreprise, Dunod, 1992.

LEHNISCH Jean-Pierre, Création d'entreprise : les clés du succés, Les Editions d'Organisation, 1990.

Les racines de l'entreprise, Revue Française de Gestion, Numéro spécial, n° 70, septembre octobre 1988.

MARCHESNAY. « Confiance et logiques entrepreneuriales », Revue Economies et Sociétés, séries Sciences de Gestion, 1998

MCNEIL Ronald D., Entrepreneurship: state or traits? Conceptual and research implication, in Comptes Rendus du 34e Congrès International du Conseil International de la PetiteEntreprise (ICSB), Québec 1989, p. 534-549.

MICHEL Dominique, Qui sont les nouveaux entrepreneurs ?, L'entreprise, n° 69, juin 1991, p.98-105.

MICHEL Sandra, Peut-on gérer les motivations ?, PUF, 1989.

MOURIAUX Marie-Françoise, Les créations d'entreprises à l'épreuve du temps, Centre d'Etude de l'Emploi, Dossier de recherche n° 42, décembre 1991.

MOUTHIER Annie, Comment créer avec succès sa PME, sa PMI, De Vecchi 1991.

PAPIN Robert, Stratégie pour la création d'entreprise : création, reprise et développement del'entreprise, Editions Clet, 4° édition, 1989.

PAUL-CAVALLIER Marcel, Création d'entreprise et développement local, Thèse pour le doctorat de troisième cycle de sociologie, 1984.

PENDELIAU G, le profil du créateur d'entreprise, paris, l'Harmattan, 1997

PIETTRE André, Pensée économique et théories contemporaines, Dalloz, 1961.

ROJOT Jacques, Théorie des organisations, in Encyclopédie de gestion, Economica, 1989, p. 2927-2947.

SAMMUT.S : « Jeune entreprise : la phase cruciale du démarrage », Editions L'Harmattan, 1998

SHAPERO Albert, Entrepreneurship and economic development, In Entrepreneurship andenterprise development: a worldwide perspective, Proceedings of project ISEED, Milwaukee,
1975 b, p. 633-654.

SHAPERO Albert, Création d'entreprises et développement local, in Qu'est-ce qu'entreprendre ? , CPE Etude, n° 7 juillet 1983
Schumpeter J, Théorie de l'évolution économique, Dalloz, Paris, 1935

TORRES O, Les PME, Ed. Flammarion,1999
TORRES O, « Les divers types d'entrepreneuriat et de PME dans le monde », Management International, 2001

TOUNES Azzedine, L'entrepreneur, l'odyssée d'un concept,

TOUNESAzzedine**,** L'intention entrepreneuriale : théories et modèles, 2007

VERIN H., Entreprises et entrepreneurs, PUF, 1982.
VERSTRAETE. T, « la création d'entreprise et entrepreneuriat », edition ADREG, 2005

VERSTRAETE.T**,** « Proposition d'un cadre théorique pour la recherche en entrepreneuriat », Editions de l'ADREG, 2003

Verstraete T, Histoire d'entreprendre- Les réalités de l'entrepreneuriat, Editions Management et Société, 2000

VERSTRAETE T. Entrepreneuriat – connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes, L'Harmattan, 1999.

VERSTRAETE,Proposition d'un cadre théorique pour la recherche en entrepreneuriat, Les Editions de l'ADREG, 2003.

VERSTRAETE T. « Apprendre à entreprendre : typologie à quatre niveaux pour la diffusion d'une culture entrepreneuriale au sein du système éducatif français», Reflets et Perspectives de la Vie Economique, DeBoeck , 2000

Verzat, C., Villeneuve, L. et Raucent, B, *L'accompagnement des étudiants*, ed. DeBoeck. 2010

VICKERY Lister, Recherche et création d'entreprise, Enseignement et Gestion, numéro spécial, Printemps 1985.

VIENNET Henri, Autour de la création d'entreprises, Economie et Statistique, novembre 1988.

VIENNET Henri, Survivre : premier souci des jeunes entreprises, INSEE Première, n° 110, novembre 1990.