



**UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAÏA**  
**FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET**  
**DES SCIENCES DE GESTION**

**DEPARTEMENT DES SCIENCES DE GESTION**

**MEMOIRE**

En vue de l'obtention du diplôme de

**MASTER EN SCIENCES DE GESTION**

**Option : Entrepreneuriat**

**Thème :**

**Les diverses formes de l'entrepreneuriat : cas  
de quelques entreprises dans la wilaya de  
Béjaïa**

**Réalisé par :**

Melle HAMROUNE Lila

Melle DJOUDI Katia

**Encadré par :**

Encadreur: Dr. ABBAS H.

Co-encadreur: Dr. MEKHMOUKH S.

**Année universitaire : 2022/2023**

# Remerciement

*Nous tenons d'abord à remercier le bon Dieu le tout puissant qui nous a procuré le courage et la volonté pour réaliser ce modeste travail.*

*Nous profond remerciement s'adresse particulièrement à notre encadreur monsieur H.Abbas pour ses précieux conseils, ses orientations et pour sa disponibilité pendant toute la période de la réalisation de ce mémoire de fin de cycle*

*Sans oublier notre co-encadreur madame MEKHMOUKH.S qui nous a guidés et aidés à recueillir toutes les informations nécessaires pour bien mener notre travail.*

*Nous remercions aussi les membres du jury, d'avoir accepté d'évaluer ce travail et dont les remarques vont sûrement permettre de consolider ce travail.*

*Nous remercions les entrepreneurs qui ont accepté de répondre à nos questions, pour leur collaboration soigneuse.*

*Nous remercions également tout le personnel des entreprises : SARL Unilait, SIMB de Béjaïa et COGB la Belle.*

*Nous remercions tous les gens qui nous ont aidé de pré ou de loin.*



# Dédicaces

*Je dédie ce modeste travail à mes très chers parents qui ont sacrifiés leurs  
forces pour assurer ma réussite dans mes études*

*A mon cher frère Mohamed*

*A ma chère sœur Noura*

*A la mémoire de mes grands parents*

*A toute ma famille et mes amis que j'aime*

*A mon binôme Katia, ainsi que toute sa famille*

*Lila*

# Dédicaces

*Je dédie ce modeste travail à mes très chers parents qui ont sacrifiés leurs forces pour assurer ma réussite dans mes études*

*A mes chers frères*

*Plus particulièrement mon petit frère Rayane*

*A mes chères sœurs*

*A la mémoire de mes grands parents*

*A ma copine Zahia*

*A mon binôme Lila, ainsi que toute sa famille*

*A tous ceux que j'aime*

*Katia*



## **LISTE DES ABREVIATIONS**

**ANAT** : Agence Nationale d'Aménagement du Territoire

**ANDI** : Agence Nationale de Développement de l'Investissement

**ANGEM** : Agence Nationale pour la Gestion des Microcrédits

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

**BM** : Banque Mondiale

**BOAL**: Bulletin Officiel des Annonces Légales

**CA**: Chiffre d'Affaires

**CASNOS** : Caisse Nationale de Sécurité Sociale des Non-salariés

**CNAC**: Caisse Nationale d'Assurance Chômage

**CNAS**: Caisse Nationale des Assurances Sociales

**CNES** : Centre National d'Etude Spéciale

**CNI** : Carte Nationale d'Identité

**CNRC**: Centre National des Registres de Commerce

**COGB** : Corps Gras de Béjaïa

**DAF** : Direction d'administration et des finances

**DIP**: Document d'Information Précontractuel

**EI** : Entreprise Individuelle

**ENC** : École Nationale de Commerce

**ENCG** : Entreprise National des Corps Gras)

**EURL** : Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée

**FMI** : Fonds Monétaire International

**INDP** : Institut National de la Propriété Industrielle

**INSEE:** Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques

**NCG :** New College Group

**OCDE:** Organisation de Coopération et de Développement Economique

**OMPI :** Organisation Mondiale de la Priorité Intellectuelle

**PME :** Petit et Moyenne Entreprise

**SA :** Société Anonyme

**SARL :** Société à Responsabilité Limitée

**SIMB :** Société Industrielle des Métaux de Béjaïa

**SNC :** Société au Nom Commun

**SPA :** Société par Action

**SPC GB :** Société de Production et Confiserie GADOUCHE Boualem

**TPE:** Très Petite Entreprise



## **LISTE DES TABLEAUX**

<b>Tableau N°01</b> : Les fondements du concept entrepreneurial.....	8
<b>Tableau N°02</b> : Les définitions de l'entrepreneur en fonction des écoles de pensée.....	16
<b>Tableau N°03</b> : Synthèses des caractéristiques et qualités d'entrepreneur .....	23
<b>Tableau N°04</b> : Indicateurs de mesure de la taille des PME .....	36
<b>Tableau N°05</b> : Entrepreneur versus intrapreneur .....	76
<b>Tableau N°06</b> : Les formes de l'entrepreneuriat.....	78
<b>Tableau N°07</b> : Aperçu général sur la SARL Unilait.....	82
<b>Tableau N°08</b> : Unités de production du Groupe Toudja.....	82

## **LISTES DES FIGURES**

<b>Figure N°01</b> : L'organigramme de l'entreprise SARL Unilait.....	88
<b>Figure N°02</b> : Organigramme de l'entreprise SIMB de Béjaïa.....	90
<b>Figure N°03</b> : Organigramme de l'évolution de COGB la Belle.....	92
<b>Figure N°04</b> : Organigramme de l'unité COGB la Belle .....	97

## SOMMAIRE

<b>Introduction générale</b> .....	<b>1</b>
<b>Chapitre 01 : Généralités sur l'entrepreneuriat</b> .....	<b>6</b>
<b>Introduction</b> .....	<b>6</b>
<b>Section 01 : Aperçue théorique sur l'entrepreneuriat</b> .....	<b>6</b>
<b>Section02 : Les concepts relatifs à l'entrepreneuriat</b> .....	<b>14</b>
<b>Section 03 : L'entrepreneuriat en Algérie</b> .....	<b>32</b>
<b>Conclusion</b> .....	<b>43</b>
<b>Chapitre 02 : Les diverses formes de l'entrepreneuriat</b> .....	<b>45</b>
<b>Introduction</b> .....	<b>45</b>
<b>Section 01 : La création d'entreprise</b> .....	<b>45</b>
<b>Section 02 : La reprise de l'entreprise</b> .....	<b>67</b>
<b>Section 03 : L'intrapreneuriat</b> .....	<b>73</b>
<b>Conclusion</b> .....	<b>79</b>
<b>Chapitre 03 : L'étude de cas des différentes formes de l'entrepreneuriat : Cas de quelques entreprises dans la wilaya de Béjaïa</b> .....	<b>81</b>
<b>Introduction</b> .....	<b>81</b>
<b>Section 01 : Présentation des l'entreprises étudiées</b> .....	<b>81</b>
<b>Section 02 : Analyse et interprétation des résultats de l'étude de cas</b> .....	<b>99</b>
<b>Conclusion</b> .....	<b>108</b>
<b>Conclusion générale</b> .....	<b>111</b>
<b>Bibliographie</b>	

# INTRODUCTION GENERALE

### INTRODUCTION GENERALE

L'entrepreneuriat et les entrepreneurs sont reconnus depuis longtemps comme des moteurs importants de la croissance économique, de l'emploi, de l'innovation et de la productivité. L'entrepreneuriat est un domaine multidisciplinaire ayant gagné l'intérêt de nombreux spécialistes dans les domaines de l'économie, la sociologie, la psychologie et le management, elle prend de plus en plus l'importance dans notre société. Les attentes sont multiples et revêtent des formes différentes et complémentaires. En tant que phénomène économique et social, elle est censée dynamiser les entreprises, participer à la création d'emplois.

Plusieurs auteurs et chercheurs dans ce domaine ont essayé d'apporter une définition pour ce concept. Parmi ces auteurs, nous citons Thierry Verstraete en 2000 qui a défini l'entrepreneuriat comme étant un phénomène combinant un individu et une organisation, l'un se définit par rapport à l'autre et vice versa. Et Fayolle, 2004 qui considère l'entrepreneuriat comme un objet de recherche touchant à l'étude des phénomènes économiques et sociaux, c'est un concept basé sur des connaissances requises, des compétences utiles et des comportements typés.

Fayolle et Verstraete (2005) pensent que l'entrepreneuriat est un domaine trop complexe et trop hétérogène pour se limiter à une seule définition, mais nous pouvons retenir les dimensions suivantes, soit la création de nouvelles entreprises ou de son propre emploi, la création d'un nouveaux produits ou processus, la prise de risque tant pour l'entrepreneur que pour l'entreprise, l'innovation et la croissance des entreprises déjà existantes mais aussi leur développement avec prise en compte de leur environnement.

Le développement de l'entrepreneuriat est le processus qui consiste à accroître les compétences et le savoir entrepreneuriaux grâce à des programmes de formation structurée et de renforcement des institutions. Il vise à élargir la base entrepreneuriale afin d'accélérer la création d'entreprise. Il cible les individus qui souhaitent démarrer ou développer une activité en misant sur le potentiel de croissance et sur l'innovation.

L'entrepreneuriat est devenu un facteur important de la compétitivité et de la croissance des économies des pays, il est considéré comme étant un des facteurs capitaux pour une économie en pleine croissance. En effet, la promotion de l'entrepreneuriat est devenue une nécessité pour le développement de toute nation qui se veut être compétitive.

# Introduction générale

---

## Problématique

Les évolutions qu'a connues le concept entrepreneurial au cours des 15 dernières années comptent certainement parmi les plus importantes. Le concept s'est déplacé d'une situation singulière et il faut bien l'admettre encore plus fréquente, celle de création d'entreprise, vers les registres plus généraux touchent à l'état d'esprit et à certains comportements. Ces changements ont entraîné, par voie de conséquences, des modifications du champ conceptuel lié à ce mot. Différentes formes d'entrepreneuriat cohabitent aujourd'hui qui mêlent les niveaux individuel, collectif et organisationnel.

En Algérie l'entrepreneuriat est né à partir des années 1990 suite aux changements sur tout les plans, internes et externes qui ont fait que l'Algérie s'oriente vers une nouvelle organisation ayant pour pierre angulaire encourager et développer l'esprit de l'entreprise.

L'entrepreneuriat tient une place de plus en plus importante dans l'économie, en se basant sur l'émergence de différentes formes de l'entrepreneuriat, à savoir la création d'entreprise ; ainsi la création ex-nihilo, la franchise et l'essaimage ; la reprise d'entreprise ; l'intrapreneuriat.

L'objectif de notre recherche consiste à étudier le phénomène entrepreneurial en portant une attention particulière sur les différentes formes de l'entrepreneuriat, **pour mieux expliquer ce phénomène notre étude va se porter sur un questionnement principal à propos des formes d'entrepreneuriat, et quelles sont leurs utilités ?**

Afin de répondre à notre question centrale, notre travail tentera de répondre à trois questions secondaires suivantes :

**Question 01 :** quelles sont les formes de l'entrepreneuriat ?

**Question 02 :** quelles sont les avantages et les inconvénients de chacune des formes d'entrepreneuriat? Et comment peut-on choisir la meilleure ?

**Question 03:** comment peut-on examiner les processus des formes d'entrepreneuriat des cas que nous avons choisis à étudier ?

Pour répondre à ces questions, nous nous appuyons sur les hypothèses suivantes:

**Hypothèse 1:** les formes d'entrepreneuriat sont diverses.

## **Introduction générale**

---

**Hypothèse 2:** les avantages et les inconvénients de chacune des formes d'entrepreneuriat se diffèrent d'une à une autre.

**Hypothèse 3:** chaque forme d'entrepreneuriat a un processus convenable à suivre pour réaliser un projet entrepreneurial.

L'objectif de la présente étude est de mettre en exergue les processus entrepreneurial suivi généralement par les créateurs d'entreprises à Béjaïa. Notre objectif, dans cette étude, est aussi de rendre explicite les avantages et les inconvénients relatifs à chacune des formes d'entrepreneuriat.

### **Méthodologie de recherche**

Afin de confirmer ou infirmer nos hypothèses et de répondre à nos questionnements, nous allons adopter pour une approche quantitative. Premièrement, nous allons adopter une approche méthodologique qui se composera d'une recherche bibliographique et documentaire à fin de réaliser une revue de littérature sur les diverses formes de l'entrepreneuriat. Nous allons consulter des ouvrages, des articles scientifiques, des mémoires universitaires de spécialité. Deuxièmement, nous allons adopter une méthode d'investigation qui consiste à étudier en profondeur un échantillon représentatif des entreprises de la wilaya de Béjaïa. Les entreprises seront ciblées aléatoirement selon les formes de l'entrepreneuriat. Pour cela, nous allons distribuer des questionnaires destinés aux chefs d'entreprises à l'origine de l'idée entrepreneuriale.

### **Le plan de mémoire**

Ce mémoire vise à étudier les différentes formes de l'entrepreneuriat. Pour cela, nous avons organisé notre travail en trois chapitres, de ce fait en essayant de répondre à nos questions de départ.

Le premier chapitre, sera consacré à une revue littérature sur le phénomène entrepreneurial. Il sera divisé en trois sections, dans une première, nous présenterons quelques aperçus théoriques de la notion de l'entrepreneuriat. Dans une deuxième section, nous exposerons les concepts relatifs à l'entrepreneuriat, (les théories principales de la notion de l'entrepreneur et de l'entreprise). Dans une troisième, section nous aborderons l'évolution et genèse de développement des PME en Algérie.

## **Introduction générale**

---

Le deuxième chapitre, consistera à étudier les diverses formes de l'entrepreneuriat, à savoir : la nouvelle création : la création ex-nihilo, la création par essaimage, la franchise ; la reprise d'entreprise et l'intrapreneuriat (leurs définitions, leurs processus, ainsi leurs les avantages et les inconvénients).

Le troisième chapitre, consacré à la présentation des trois entreprises étudiées à savoir : la SARL Unilait; la SIMB de Béjaïa et la COGB la Belle, et nous allons présenter la méthodologie à adopté dans l'accomplissement de l'étude de cas. Ensuite, une analyse et interprétation des résultats de l'étude de cas.



# **CHAPITRE 01 : GENERALITES SUR L'ENTREPRENEURIAT**

## **Chapitre 01 : Généralités sur l'entrepreneuriat**

### **Introduction**

Ces dernières années une attention accrue a été donnée au rôle de l'entrepreneuriat. Il est désormais l'objectif de plusieurs scientifiques (économie, sociologie, psychologie, etc.).

L'entrepreneuriat prend de plus en plus d'importance dans notre société. Les attentes sont multiples et revêtent des formes différentes et complémentaires. En tant que phénomène économique et social, l'entrepreneuriat est censé dynamiser les entreprises, participer à la création d'emplois.

L'Algérie a commencé à s'intéresser de plus en plus à l'entrepreneuriat à partir des années 80, et cela a travers le programme de restructuration des entreprises. Mais cette volonté de création des entreprises sur le terrain est concrétisée réellement à partir de 1988 avec l'avènement des réformes d'ajustement structurel en vue d'instaurer les mécanismes de l'économie de marché, renforcer l'industrie privée l'encouragement de la création des entreprises qui constituent un agent économique et social fondamental dans le processus de développement local.

Ce premier chapitre sert à présenter le cadre théorique de notre recherche. Nous porterons donc notre attention sur quelques approches et théories principales de la notion d'entrepreneuriat dans la première section, la deuxième section sera consacrée sur les concepts relatifs à l'entrepreneuriat (l'entrepreneur et l'entreprise), la troisième section donnera un aperçu sur l'entrepreneuriat en Algérie (genèse de développement des PME en Algérie et les entraves au développement de la PME en Algérie).

### **Section 01 : Aperçu théorique sur l'entrepreneuriat**

L'entrepreneuriat est un thème il se présente comme une discipline en construction la recherche dans ce domaine vise à comprendre le concept et à expliquer l'activité et dynamique entrepreneuriale. Dans ce point nous citerons quelques définitions et diverses optiques du phénomène entrepreneurial. Ensuite nous retracerons les conceptions dominantes de l'entrepreneuriat. Enfin nous présenterons la classification de l'entrepreneuriat.

#### **1. Le phénomène de l'entrepreneuriat :**

L'entrepreneuriat s'est peu à peu imposé comme le moteur du développement économique et social à travers le monde entier.

### 1.1. Définition de l'entrepreneuriat selon les auteurs :

L'entrepreneuriat reste un concept pour lequel il est difficile d'attribuer une définition précise. C'est un phénomène multidisciplinaire, d'où il existe beaucoup de chemins différents ou l'entrepreneuriat peut-être défini.

L'entrepreneuriat est devenu au fil du temps un sujet majeur tant pour les économistes que pour les responsables politiques. A travers ces effets positifs sur les économistes, comme innovation, la création d'emplois, la création de richesse et la compétitivité.

Selon Thierry Verstraete T(2000) « l'entrepreneuriat est un phénomène combinant un individu et une organisation .l'un se définit par rapport à l'autre et vice versa »<sup>1</sup>.

« L'entrepreneuriat est un phénomène trop complexe pour être réduire à une simple définition, son intelligibilité nécessitant une modélisation. Cette complexité exclut la possibilité d'une délimitation stricte et univoque de ces frontières sémantiques »<sup>2</sup>.

Selon Robert Hisrich, pour sa part , a préféré le terme d'entreprenance a celui d'entrepreneuriat : « l'entreprenance est le processus qui consiste à créer quelque chose de différent et possédant une valeur, en lui consacrant le temps et le travail nécessaires, en assumant les risques financiers psychologiques et sociaux correspondants et à en recevoir les fruits sous forme de satisfaction pécuniaire et personnelle»<sup>3</sup>.

VERSTRAET et FAYOLLE (2009) définissent l'entrepreneuriat en rapprochant différentes approches, avec pour but de trouver un consensus autour du terme. Ces auteurs combinent quatre paradigmes pour cerner et comprendre l'entrepreneuriat. Il s'agit notamment de :

- ✓ L'opportunité d'affaires.
- ✓ La création d'une organisation.
- ✓ La création de la valeur.
- ✓ L'innovation.

<sup>1</sup> Verstraete T, Histoire d'entreprendre, les réalités d'entrepreneuriat, Editions EMS, 2000, P12.

<sup>2</sup> Op.cit, P11.

<sup>3</sup> Robert D.Hitrich, Michel P.peters : « entrepreneurship : lancer, elaborer et gérer une entreprise » Economica, Paris, 1991, p.11.

La définition qu'ils proposent s'énonce comme suite :« L'entrepreneuriat est une initiative portée par un individu (ou plusieurs individus s'associant pour l'occasion) construisant ou saisissant une opportunité d'affaire (du moins ce qui est apprécié ou évalué comme tel), dont le profit n'est pas forcément d'ordre pécuniaire, par l'impulsion d'une organisation pouvant faire naître une ou plusieurs entités, et créant de la valeur nouvelle (plus forte dans le cas d'une innovation) pour des parties prenantes auxquelles le projet s'adresse»<sup>4</sup>.

Azzedine TOUNES considère « l'entrepreneuriat comme un processus dynamique et complexe. Il est le fruit de facteurs psychologiques, sociaux, culturels, politiques et économiques. Il prend la forme d'attitudes, d'aptitudes, de perceptions, de motivations et de comportements qui se manifestent dans un contexte donné »<sup>5</sup>.

« L'entrepreneuriat est le phénomène d'émergence et d'exploitation de nouvelles opportunités créatives de valeur économique ou sociale, impulsé et rendu possible par l'initiative et la dynamique de l'innovation/changements d'un homme, l'entrepreneur, en interaction avec son environnement. L'axe central du phénomène est le processus créatif qui mouvemente et structure la dynamique homme/projet pour l'entraîner vers une configuration entrepreneuriale susceptible d'exploiter avec succès l'opportunité visée ».

« L'entrepreneuriat peut se définir comme « le processus qui dans une économie conduit un entrepreneur à la création d'une entreprise, ce processus est le résultat de deux forces convergentes la première dépend des caractéristiques individuelles de l'entrepreneur, la deuxième dépend des conditions au sens large de création d'entreprise », l'entrepreneuriat est avant tout un état d'esprit et une dynamique d'action »<sup>6</sup>.

Dans le dictionnaire des sciences de gestion, l'entrepreneuriat désigne l'état de celui ou de ceux qui sont entrepreneurs. Cet état résulte de trois éléments indissociables ; l'esprit d'entreprise, la création d'entreprise, et l'entrepreneur lui-même.

**Tableau N°01** : Les fondements du concept entrepreneuriat

Origines	Concepts	Sources contemporaines
----------	----------	------------------------

<sup>4</sup> VERSTRAETE Thierry et FAYOLLE Alain, (2005), « paradigmes et entrepreneuriat », Revue de l'entrepreneuriat, vol 4, N°1, p45.

<sup>5</sup> Azzedine Tounes, l'intention entrepreneuriale, Thèse de doctorat en sciences de gestion, université de Rouen, Paris, 2003, P.35.

<sup>6</sup> MICHEL Coster, Entrepreneuriat, publié par PEARSON EDUCATION France, p5.

Serre (1600)	Capacité de mobiliser et de gérer des ressources humaines et matérielles pour créer, développer et implanter une entreprise.	Mahé de Boislandelle (1988) Landström (1999)
Cantillon (1734)	Capacité de prendre le risque de créer son propre emploi Capacité d'un individu de se prendre en main et de prendre des risques dans un environnement incertain.	Gartner (1989; 1990) Friis et coll. (2002) Roberts et Woods (2005) Lash et Yami (2008)
Turgot (1769)	Combinaison de la prise de risque, de la créativité et/ou de l'innovation et d'une saine gestion, dans une organisation nouvelle ou existante	Crozier et Friedberg (1977) CE (2003) Filion (2007)
Smith (1776)	Capacité pour un individu de se prendre en main et de prendre des risques, assurant ainsi la mise en œuvre des projets : inclut la capacité de produire des biens et de créer de la valeur, qui en retour influence l'entrepreneur.	Cossette(1994) Landström(1999) Bruyat et Julien (2000) Ahl (2006)
Say (1803)	Capacité de créer une organisation et de la gérer de façon à générer des profits ou à la faire croître : donc une dimension de profits et de croissance.	Churchill et Lewis (1983) D'Amboise (1997) Carree et Thurik (2005)
Knight (1921)	Capacité à gérer l'incertitude et le risque. Pour cet auteur, les risques peuvent être « calculés », tandis que l'incertitude ne peut l'être.	Audretsch (2002) Friis et coll. (2002)
Schumpeter (1934)	Capacité à introduire des innovations (produits/méthodes/etc.) et de provoquer ou de profiter d'un déséquilibre dans le marché. Inclut la création de valeur dans un processus dialogique entre l'entrepreneur et le marché	Nooteboom (2006)
Kirzner (1973)	Inclut la capacité à détecter et à exploiter des occasions, ce qui équivaut à détecter les imperfections du système pour rétablir l'équilibre	Dutta et Crossan (2005) Companys et

		McMillen (2007) Julien et Vaghely (2008)
--	--	--

Source : Pierre-André Julien et Louise Cadieux, la mesure de l'entrepreneuriat 2010, p25.

## 1.2. Les conceptions dominantes de l'entrepreneuriat :

Alain Fayolle et Verstraete (2005) identifient quatre paradigmes qui permettent de cerner le domaine de la recherche en entrepreneuriat : la détection-construction-exploitation d'une occasion d'affaire (opportunité), la création d'une organisation, la création de valeur et l'innovation. Ces modèles sont complémentaires et peuvent se combiner, plutôt que s'opposer.

### 1.2.1. Paradigme de l'opportunité d'affaires :

Shane et Venkataraman (2000) se situent parfaitement dans ce paradigme tout en intégrant le paradigme de processus (découverte, évaluation et exploitation de l'opportunité). Dans le même ordre d'idées, la saisie d'une opportunité constitue l'approche qui assure la plus forte durabilité au projet (Girard, 2007). En ce sens, Paturel (2007) a fait la relation entre l'entrepreneuriat et l'Intelligence Economique via les fonctions de veille et de la recherche d'opportunités au sein de l'environnement.

Le paradigme de l'innovation nous semble digne d'intérêt dans le cadre des organisations à but non lucratif. Si nous prenons l'exemple de l'entrepreneuriat académique ou acadépreneuriat, nous pensons qu'un acadépreneur qui songe créé un nouveau établissement universitaire ou un nouveau laboratoire de recherche doit apercevoir une opportunité, l'analyser pour par la suite s'engager à l'action entrepreneuriale proprement dite, chose que nous cherchons à la valider dans une recherche ultérieur.

Schumpeter souligne l'importance de l'innovation qui constitue l'entrepreneuriat tandis que Kinzer met en évidence l'importance de la découverte de l'opportunité dans les marchés. L'ensemble de ces travaux ont en commun la mise en évidence de l'entrepreneur comme étant un acteur à la recherche d'opportunité et de profit.

### 1.2.2. Paradigme de la création d'une organisation :

Ce paradigme de création de l'organisation conduit à considérer l'organisation comme à la fois un moyennent le résultat du processus entrepreneurial. Cette dimension dialogique

est défendue par Verstraete (1999) et peut être approchée de la position ontologique de l'opportunité en termes d'enactment. Faisant référence aux travaux de Garther (1995) sur l'émergence organisationnelle, Verstraete et Fayolle (2004) conçoivent la poursuite d'opportunités comme un processus et une construction.

Le premier courant, initié par Gartner (1985, 1990, 1995), défend l'idée que l'entrepreneuriat est la création d'une nouvelle organisation. En fait, Gartner est réputé le chef de file à débattre le paradigme de l'émergence organisationnelle<sup>7</sup>.

Ce paradigme a incité certains chercheurs à considérer l'organisation à la fois comme un moyen et comme le résultat du processus entrepreneurial. Cette dimension dialogique est défendu par Verstraete (1999, 2003b).

À propos de ce paradigme, Verstraete et Fayolle (2004) font référence aux travaux de Verstraete (1999, 2003) sur l'impulsion d'une organisation<sup>8</sup>. Ce qui l'incite à faire recours à une pensée «systémique intégrant l'action et son résultat» en vue d'appréhender l'organisation » (Verstraete et Fayolle, 2004, p. 7).

### **1.2.3. Paradigme de création de valeur :**

Cette approche définit l'entrepreneuriat comme un processus de création de la valeur<sup>9</sup> individuelle, économique ou sociale.

L'entrepreneuriat est souvent considéré comme l'acte d'apporter des richesses et des emplois pour la nation, en un mot des valeurs ses enjeux économiques et sociaux sont relevés depuis longtemps<sup>10</sup>.

Le paradigme de la création de valeur constitue une extension de paradigme de l'innovation adaptée au champ de l'entrepreneuriat. Cette conception est celle avancée par Christian Bruyat dans sa thèse de doctorat (1993) réputée une référence épistémologique en matière de modélisation de l'action entrepreneuriale. Pour cet auteur, « l'objet scientifique étudié dans le champ de l'entrepreneuriat est la dialogique individu/création de valeur». Cette

---

<sup>7</sup> "The domain of entrepreneurship that interests me is focused on the phenomenon of organization creation" (Gartner, 1995, p 69).

<sup>8</sup> «Dans notre thèse, l'entrepreneuriat est vu comme un phénomène conduisant à la création d'une organisation impulsée par un ou plusieurs individus s'étant associés pour l'occasion » (Verstraete, 2003, p.13).

<sup>9</sup> Ronstadt, 1984 ; bruyat et julien, 2001.

<sup>10</sup> Bayad et Garand, 1998.

dialogique s'inscrit dans une dynamique de changement. Elle est définie par Christian Bruyat comme suit: «l'individu est une condition nécessaire pour la création de valeur, il en détermine les modalités de production, l'ampleur... Il en est l'acteur principal ».

Selon Paturel (2007), les deux pratiques de l'entrepreneuriat étant la création ex nihilo et la reprise, l'innovation peut intervenir dans le cadre de chacune de ces modalités afin de créer de la valeur nouvelle ou bien d'économiser de la disparition ou du gaspillage de valeur déjà présente. Ainsi, le fait de créer de la valeur nouvelle pose le problème de l'intensité de cette nouveauté (une innovation de rupture déclenchera a priori plus de valeur nouvelle que l'innovation mise en œuvre au sein d'une reprise d'organisation relativement saine ou avec des germes de difficulté (Deschamps, Paturel, 2005).

### 1.2.4. Paradigme de l'innovation :

Dans la lignée des travaux de Schumpeter (1935) sur l'entrepreneuriat et l'économie, ce courant accorde une importance capitale à l'innovation dans la définition de l'entrepreneuriat<sup>11</sup>.

C'est le paradigme le plus ancien et qui doit son essence à l'économiste Joseph Schumpeter ainsi qu'à l'école Autrichienne. Au sens de, Schumpeter (1987), l'entrepreneur a un rôle particulier et indispensable dans l'évolution du système économique libéral. Il est très souvent à l'origine des innovations de rupture, il crée des entreprises, des emplois et participe au renouvellement et à la restructuration du tissu économique. L'entrepreneur est l'innovateur qui engendre «la destruction créatrice». Cette « destruction créatrice » est la résultante de nouveaux produits et business model qui se lancent sur les marchés et qui remplacent les anciens. Ainsi, la destruction créatrice est à l'origine du dynamisme industriel et de la croissance à long terme.

La fonction de l'innovation est donc importante et fait de l'entrepreneur un vecteur du développement économique. Les entrepreneurs doivent chercher les sources d'innovation, les changements et les informations pertinentes sur les opportunités créatrices. Ils doivent connaître, appliquer et maîtriser les principes qui permettent de mettre en œuvre les innovations, avec les meilleures chances de réussite. Le changement constitue donc une norme habituelle pour l'entrepreneur qui sait aller le chercher, agir sur lui et l'exploiter comme une opportunité.

---

<sup>11</sup> Julien et Marchesnay, 1996 ? Drucker, 1985.



**1.3. Classification de l'entrepreneuriat :**

On peut classer l'entrepreneuriat selon un nombre de critères comme :

- ✓ La légalité ;
- ✓ Le nombre d'entrepreneurs ;
- ✓ La durée de l'activité ;
- ✓ Le sexe ;
- ✓ Le statut juridique de l'entrepreneur.

**1.3.1. Entrepreneuriat formel et informel :**

L'entrepreneuriat formel comprend les activités relatives à l'économie formalisée c'est à-dire les activités autorisées et reconnues par l'Etat alors que l'entrepreneuriat informel est relatif aux activités qui s'exercent dans le noir, non enregistrées par l'Etat. On peut avoir aussi l'entrepreneuriat souterrain par analogie à l'économie souterraine qui concerne les activités prohibées et illicites.

**1.3.2. Entrepreneuriat individuel et entrepreneuriat collectif :**

L'entrepreneuriat individuel, c'est la volonté d'une personne de se démarquer, d'acquies plus d'indépendance et de la liberté sans qu'intervienne une autorité. Les individus qui empruntent cette voie cherchent à se réaliser sur les plans personnels, professionnels et financiers. L'entrepreneuriat individuel correspond en fait au travail indépendant.

L'entrepreneuriat collectif ou communautaire est caractérisé par un groupe d'individus qui décèlent un même besoin et qui choisissent d'unir leurs efforts afin de répondre à ce besoin. Dans l'entrepreneuriat collectif, les individus partagent les bénéfices et les risques et ils ont envie d'entreprendre ensemble et non d'être en concurrence.

**1.3.3. Entrepreneuriat occasionnel et entrepreneuriat durable :**

Selon la durée de l'activité, l'entrepreneuriat occasionnel reprend les activités temporaires, journalières, alors que l'entrepreneuriat durable correspond aux activités et surtout les sociétés dont l'exploitation dure longtemps.

**1.3.4. Entrepreneuriat féminin et entrepreneuriat masculin :**

Certaines activités peuvent être exclusivement exercées par les femmes alors que d'autres peuvent être spécifiques aux hommes.

### **1.3.5. Entrepreneuriat privé, entrepreneuriat public et entrepreneuriat social :**

Ici le critère est le statut juridique de l'entreprise. Le privé concerne les entreprises du secteur privé ; le secteur public, les entreprises du secteur public et l'entrepreneuriat social concerne les différentes entreprises du secteur de l'économie sociale.

## **Section 02 : Les concepts relatifs à l'entrepreneuriat**

La création et le développement des entreprises est le fait des entrepreneurs, ils mobilisent et gèrent les ressources matérielles et humaines. L'entrepreneur c'est un point étudié par plusieurs économistes, et dans cette section nous allons essayer de voir quelque définition et les théories donnés par certains chercheurs.

### **1. L'entrepreneur: principal acteur de l'entrepreneuriat :**

Le mot entrepreneur constitue la racine du terme qui définit la discipline de l'entrepreneuriat, l'intérêt porté à ce domaine est lié au renouveau d'attention pour la petite entreprise dont l'entrepreneur est le personnage principal. La compréhension du phénomène de l'entrepreneuriat ne peut se réaliser avec une simple synthèse des définitions élaborées par plusieurs concepteurs. Les définitions de concept de l'entrepreneur varient d'une époque à l'autre et d'une économie à l'autre surtout d'un auteur à l'autre. Chaque auteur explique avec une manière différente le concept et la façon dont il approche ce phénomène. C'est pour cette raison qu'il est intéressant d'exposer dans ce qui suit les diverses définitions de l'entrepreneur et l'évolution de sa théorie.

#### **1.1. Définition de phénomène de l'entrepreneur :**

L'envie d'entreprendre est le désir d'agir et de se comporter comme un entrepreneur. Elle apparaît en premier lieu dans la tête des individus et elle est liée à des changements de perception d'attitudes, « L'entrepreneur est un être passionné, épris de liberté ».

L'entrepreneur représente l'essence ou le cœur même de l'entrepreneuriat. Il innove en fonction des opportunités qui se représentent, mais aussi organise les ressources pour produire en commercialiser, tout en cherchant son intérêt. Au sens économique, l'entrepreneur est celui qui combine des ressources, de la main d'œuvre, des matières premières et d'autres actifs

pour leur donner une valeur plus grand qu'auparavant, ou encore celui qui introduit des changement, des innovations et un ordre nouveau. Cette définition prend en considération les éléments valorisés par les différentes théories de l'entrepreneur, à savoir : la coordination et l'affectation des ressources, l'innovation et la prise de risque.

Plusieurs études ont été effectuées pour étudier la personnalité d'un entrepreneur. Les résultats de ces études peuvent nous aider à obtenir le profil d'un entrepreneur prospère. Ce qui fait l'inexistence de définition unique de l'entrepreneur, le concept de l'entrepreneur a évolué dans le temps et été sujet d'études de différents économistes. Selon l'OCDE, (1998) : « l'entrepreneur peut être considéré comme celui et celle qui prend des risques, associe les ressources de manière cohérente et efficiente, innove en créant de nouveaux services, produits ou procédés à long terme par la définition d'objectifs et matérialise des bénéfices au-delà de l'allocation courante des ressources »<sup>12</sup>.

Selon le Grand Dictionnaire, l'entrepreneur est défini comme étant une « personne ou groupes de personnes qui crée, développe et implante une entreprise dont il assume les risques, et qui met en œuvre des moyens financiers, humains et matériels pour en assurer le succès et pour réaliser un profit ».

L'entrepreneur<sup>13</sup> est une personne qui est prête à mettre en jeu sa carrière et sa sécurité financière pour mettre en œuvre une idée, à mettre son temps et son capital dans une entreprise risquée. Une autre définition de l'entrepreneuriat décrit le processus de découverte, d'évaluation et d'exploitation d'occasions. Ainsi un entrepreneur peut être défini comme quelqu'un qui agit non en fonction des ressources qu'il contrôle actuellement, mais qui poursuit inlassablement une occasion.

E.M. Hernandez considère que : « le concept de l'Entrepreneurship ne peut pas être Apprécié qu'en faisant référence à l'entrepreneur »<sup>14</sup>. Il continue en précisant que les entrepreneurs créatifs possèdent de grandes réserves d'énergie, de ténacité et d'imagination, et ces qualités, combinées à leur aptitude à prendre des risques calculés, leur permettent de transformer en un projet concret ce qui n'est souvent au départ qu'une idée très simple et assez floue. Ils savent faire partager leur enthousiasme à une organisation. Le volontarisme et

---

<sup>12</sup> IFOURAH Hocine, La décision de création d'entreprise et entrepreneuriat en Algérie, thèse de doctorat, 2014, p146.

<sup>13</sup> Jeffrey A. Timmous, Stephen Spinelli Jr. : la création d'une nouvelle entreprise ; l'entrepreneuriat pour le 21<sup>ème</sup> siècle. 1990\_20<sup>ème</sup> éditions

<sup>14</sup> Emile-Michel Hernandez : l'entrepreneuriat. Approche théorique édition L'Harmattan 2001.

la détermination qui les animent leur permettent de susciter l'adhésion autour de leur projet d'entreprise.

Selon Manfred (1997) : les entrepreneurs sont des individus tournés vers l'action et les résultats concrets, ils aiment décider et refusent la routine, le travail répétitif.

Richard Marc Lacasse (1999) rappelle les divers aspects de la notion entrepreneur mise en œuvre par différents auteurs<sup>15</sup>. Shapero (1980) utilise le terme afin de caractériser l'inventeur, le vendeur ou toute personne recherchant l'indépendance, qui s'empare d'une opportunité et crée une nouvelle entreprise, puis il définit l'entrepreneur « Une personne qui prend l'initiative de rassembler certains moyens, dans une certaine forme et pour un certain but. Cette entité dispose d'une relative autonomie et la personne qui en a l'idée dirige et en prends le risque »<sup>16</sup>.

« L'entrepreneur est un individu qui valorise le risque calculé qui favorise les actions centrées sur le développement, l'innovation ou la création »<sup>17</sup>, il fait preuve de détermination, il a une image très positive de lui-même, et très confiant de ses actions, « il définit ses projets et ses prospectives en fonction de lui-même » (Miller, Ket De Vries et Toulouse)<sup>18</sup>.

Pour TOUNES(2003), la notion entrepreneur est une réponse aux besoins de la théorie économique de s'appuyer sur un type idéal afin de fournir une explication générale du fonctionnement de l'économie de marché<sup>19</sup>.

La définition de l'entrepreneur n'est pas restée la même, au cours des années chaque auteur donne sa propre définition selon l'école de pensée dont laquelle il fait partie, nous synthétisons les définitions attribuées à l'entrepreneur dans le tableau N°02.

**Tableau N°02 : Les définitions de l'entrepreneur en fonction des écoles de pensée**

<b>Appellations des écoles</b>	<b>Définitions de l'entrepreneur</b>	<b>Auteurs de référence</b>
L'école économique	Un entrepreneur est	Casson (1991)

<sup>15</sup> Richard Marc Lacasse, cité par Emilie-Michel Hernandez, le processus entrepreneurial vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat, éd L'Harmattan, Paris, 1999, P46.

<sup>16</sup> Op.cit, P46

<sup>17</sup>Idem, P47.

<sup>18</sup> Idem, P47.

<sup>19</sup> JANSSEN Frank « entreprendre : une introduction à l'entrepreneuriat » 2eme édition, Paris, Edition de Boeck supérieur, 2016, P36.

	spécialisé dans la prise intuitive de décisions réfléchies relatives à la coordination de ressources rares.	
L'école comportementale	L'entrepreneur se définit par l'ensemble des activités qu'il met en place pour créer une organisation.	Gartner (1988)
L'école psychologique avec les courants personnalistes et cognitifs	L'entrepreneur se définit par un certain nombre d'attributs psychologique que l'on décrit autant par la personnalité, que par les processus cognitifs activés pour la circonstance.	Shaver et Scott (1991)
L'école des processus	L'entrepreneur est celui qui développe des opportunités et crée une organisation pour les exploiter.	Bygrave et Hofer (1991)

Source : Cécile Fonrouge, « entrepreneur /manager: deux acteurs d'une même pièce », P. 7.

## 1.2. Typologie de l'entrepreneur :

Le manque d'une définition fixe de l'entrepreneur, a incité les chercheurs à approfondir leurs recherches autour des traits de l'entrepreneur, ce qui leur a permis de mettre en avant plusieurs typologies d'entrepreneurs, donc il existe plusieurs théories qui sont liées à l'entrepreneur, chaque une d'elles s'appuyant sur un aspect particulier de l'entrepreneur.

### 1.2.1. L'évolution de concept de l'entrepreneur :

L'entrepreneur est un phénomène complexe qui au cours de temps et selon les pays à toujours signifie divers chose, et pour assure la compréhension ce phénomène il faut faire une synthèse de définition élaboré par plusieurs auteur et selon la différente théorie.

#### 1.2.1.1. L'entrepreneur dans la pensée classique :

Les économistes classiques ne parlent ni de l'entreprise, ni de l'entrepreneur en tant que tel. Leur analyse est macroéconomique, ils cherchent à expliquer le mouvement d'ensemble de l'économie, comment la richesse est produite et comment elle circule.

#### **1.2.1.2. L'entrepreneur chez R. Cantillon (1726) :**

L'entrepreneur est quelqu'un qui sait saisir une opportunité en vue de réaliser un profit, est un preneur de risque. C'est-à-dire qu'il n'y a aucune garantie de ce qu'il va recevoir d'après sa décision d'entreprendre « celui qui assume le risque de l'incertain s'engage fermement envers tiers »<sup>20</sup>.

#### **1.2.1.3. L'entrepreneur : individu égoïste :**

Adam Smith dans son ouvrage « la recherche sur la nature et les cause de la richesses des notions »(1776)<sup>21</sup>, note l'absence du concept entreprise. Pour lui, il n'y a que des individus égoïstes, il n'y a Pas d'entreprise, il n'y a qu'un marché qui relie des individus qui échangent. L'égoïsme de cet entrepreneur se justifie par le fait que ce dernier ne cherche pas l'intérêt public, mais seulement gagner d'argent.

#### **1.2.1.4. L'entrepreneur organisateur de Say :**

J .B.Say(1803) est le deuxième économiste à être parle de l'entrepreneur, il place l'entrepreneur comme levier de système productif, c'est-à-dire qu'il ne prend pas des risques lies à la production. « Entreprendre de créer pour son compte, à son profit et ses risques, un produit quelconque »<sup>22</sup> , celui qui réunit et combine les moyens de production (Bruyat, 1993). Cette mission d'harmoniser les trois facteurs de production que sont la terre, le travail et le capital, repose sur l'hypothèse que le regroupement derrière les entrepreneurs permet de dépasser les éventuels obstacles à une combinaison optimale de ces facteurs (Laurent, 1989). Le but premier de l'entrepreneur serait dès lors d'accroître la production, laissant la recherche du profit comme objectif annexe(le van-lemesle, 1988).

### **1.2.2. L'approche managériale de l'entrepreneur :**

#### **1.2.2.1. Entrepreneur-ingénieur :**

La période de l'industrialisation était caractérisée par la concentration des usines et la division du travail qui permet la réalisation d'une production en série volumineuse, en vue de réaliser une économie d'échelle .cette période vue la naissance de l'organisation scientifique de travail fondée par Taylor. Les entrepreneurs de cette époque étaient des ingénieurs et

---

<sup>20</sup> Hernandez E-M, « l'entrepreneuriat, approche théorique », l'Harmattan, France, 2001, p14

<sup>21</sup> Tounes. A, « l'intention entrepreneuriale, théories et modèles », éd sanabil Med SA, paris, 2007.

<sup>22</sup> Op.cit, page 8.

cherchaient une rationalité et une efficacité purement productive comme c'est dans le cas chez Taylor ou bien une efficacité administrative chez Fayol<sup>23</sup>.

### **1.2.2.2. L'entrepreneur : une personne autoritaire :**

Pour Fayol, l'autorité est le droit de commander et le pouvoir de se faire obéir la notion du cadre qui dirige<sup>24</sup> son organisation ou il accorde une importance primordiale au rendement et un caractère accessoire à la satisfaction du personnel. La notion d'autorité telle que décrite par Fayol représente bien la mentalité de l'époque, c'est-à-dire le caractère non contestable de l'autorité, l'existence d'un pouvoir très centralisé ne favorise pas la pleine participation des employés

### **1.2.2.3. Entrepreneur-manager :**

La nouvelle organisation industrielle a permis un transfert et une reconfiguration de la responsabilité et de la fonction de direction qui étaient alors la propriété d'un seul individu. « Cette forme est en train d'être supplantée par d'autre ou d'autorité suprême est répartie entre plusieurs associées ou même entre un grand nombre d'actionnaires »<sup>25</sup>.

### **1.2.3. L'entrepreneur : agent central de l'activité économique :**

Plusieurs auteurs comme J.Schumpeter, F.Knight, Kizner et d'autres, s'engagent sur une nouvelle voie, celle de la réaffirmation du rôle de l'entrepreneur en tant que personnage clé de l'activité économique<sup>26</sup>.

#### **1.2.3.1. L'entrepreneur schumpétérien :**

Selon Schumpeter « un entrepreneur est une personne qui veut et qui est capable de transformer une idée en une innovation réussie »<sup>27</sup>. D'après J.Schumpeter 'seuls les individus capables d'innover méritent l'appellation d' « entrepreneurs ».

La théorie de Knight (1921) sur le comportement de l'entrepreneur est complémentaire des théories précédentes. A l'égard de l'innovation et vigilance aux profits, Knight a remis en question la théorie de Cantillon, l'entrepreneur preneur des risques, sauf il a extensivement développé, il a distingué entre incertitude et risque (Knight, 1921)<sup>28</sup>. Casson (1990, p.33) « la

---

<sup>23</sup> Fayol a identifié les cinq piliers de l'administration P.O.C.C.C (prévoir-organiser-commander-coordonner-contrôler)

<sup>24</sup> Pensons notamment à Mintzberg(1986) qui décrit les rôles du cadre supérieur et aux organisations de type autocratique.

<sup>25</sup> Tounes A, « l'entrepreneur : l'odyssée d'un concept », n° 03673, P, 08

<sup>26</sup> Henni, M « les entrepreneurs de TPE dans la wilaya d'Oran », magister en management des entreprises, université d'Oran, 2011-2012, p16.

<sup>27</sup> Hernandez(2001), « l'entrepreneuriat, approche théorique », p74

<sup>28</sup> AMIR Omar, Entrepreneuriat et création d'entreprise en Algérie : Approche néo-institutionnelle, thèse de Doctorat, 2019, p27.

théorie de Knight expose clairement les difficultés de constituer une théorie général de l'entrepreneur ».

Selon KNIGHT les entrepreneurs sont d'une part, des individus ayant le plus haut niveau de prévisions, leur permettant de prendre des décisions de production et ont, d'autre part, une confiance en leurs propres jugements et une bonne perception sur les autres. Le profit que reçoit les entrepreneurs une rémunération juste car elle est le produit de l'incertitude et du risque pris<sup>29</sup>.

#### **1.2.3.2. La vigilance de l'entrepreneur KIRZNER :**

Selon KIRZNER(1973) à définir l'entrepreneur comme quelqu'un qui exploite les opportunités qui se présentent devant lui en faisant valoir son sens d'alerte<sup>30</sup>.

L'entrepreneur est celui qui découvre des opportunités, une fois l'opportunité découverte est réelle, l'entrepreneur réagi en-dessous (Minniti, 2003, p. 11). Cependant, la vigilance conduit nécessairement vers les actions innovatrices, comme les découvertes de nouvelles aventures « je vois l'entrepreneur non comme une source d'idées innovatrices ex nihilo, mais comme étant vigilant vis-à-vis des opportunités qui existent déjà et qui attendent d'être découvertes » (Kirzner, 1973, p. 74)<sup>31</sup>.

#### **1.2.4. L'entrepreneur dans la pensée contemporaine :**

Les auteurs contemporains étudient le comportement et les caractéristiques de l'entrepreneur pour étudier son apport particulier dans le fonctionnement de l'économie.

##### **1.2.4.1. L'entrepreneur chez DRUCKER :**

Pour Drucker, l'innovation peut se faire même par rapport au style du management, « le management constitue lui-même une innovation : le management, ce « savoir utile » qui permet pour la première fois à l'homme de faire travailler de façon productive des personnes de qualifications et de discipline très différentes au sein d'une organisation, est une innovation de ce siècle »<sup>32</sup>.alors Drucker insiste sur l'innovation et la considère comme un élément essentiel dans la fonction entrepreneurial.

##### **1.2.4.2. L'entrepreneur leadership :**

---

<sup>29</sup> Kirzner cité par Capron H, « Entrepreneuriat et création d'entreprises : facteurs déterminants de l'esprit d'entreprise », de Boeck, Bruxelles, 2009, p18

<sup>30</sup> Kizner cité par Tounes. A, « l'intention entrepreneurial », thèse de doctorat en science de gestion université de ROUEN, France, décembre 2003, P79

<sup>31</sup> AMIR Omar, Entrepreneuriat et création d'entreprise en Algérie : Approche néo-institutionnelle, thèse de doctorat, 2019, p27.

<sup>32</sup> Drucker. P, « les entrepreneurs », édition Lattés, 1985, p58.



L'entrepreneur est un leader, la force motrice à l'origine de la dynamique économique<sup>33</sup>. Il a une vision de l'avenir basée à la fois sur des éléments rationnels, une expérience et des intuitions.

### **1.2.5. L'entrepreneur et la théorie de comportement :**

M. WEBER est le premier auteur au quel nous pouvons rattacher l'approche comportementale dans le champ de l'entrepreneuriat<sup>34</sup>. Cependant, selon plusieurs auteurs, celle-ci a été confirmée par la psychologie présente dans les travaux de Mc CLELLAND) dans le début de la décennie 1960. Mc Clelland(1960) est l'un des premiers à s'intéresser aux liens qui existent entre l'action des individus et leur environnement.

### **1.3. Les caractéristiques de l'entrepreneur :**

Plusieurs études ont essayé d'identifier les caractéristiques qui motivent les individus à une activité entrepreneuriale. Nous distinguons alors deux catégories de caractéristiques, démographiques et psychologiques<sup>35</sup>.

#### **1.3.1. Les caractéristiques démographiques :**

Tels que le sexe, l'état matrimonial et la propension à l'entrepreneuriat, l'âge de l'entrepreneur est généralement lié à un comportement plus conservateur. Les individus âgés privilégient des objectifs de sécurité salariale et professionnelle, le genre contribue à déterminer les opportunités d'emplois et les chemins d'accès aux réseaux professionnels d'un individu. Les hommes ont plus d'avantages de réussir dans la démarche entrepreneuriale plus que les femmes, cela est lié aux barrières d'éducation, traditions, pression familiale et l'environnement.

#### **1.3.2. Les caractères psychologiques :**

Autres caractéristiques de l'entrepreneur sont liées au traits de personnalité et psychologiques, nous trouvons :

##### **✓ Les besoins d'accomplissement :**

Les travaux de Mc Clelland (1961,1965), basées sur le critère du besoin d'accomplissement, démontrent que ce dernier est une des caractéristiques principales de l'entrepreneur. L'entrepreneur est une personne qui aime franchir et résoudre les problèmes par lui-même.

<sup>33</sup> Balland S, Bouvier A-M, « Management des entreprises », édition DUNOD, p9.

<sup>34</sup> M Weber cité par Tounes, A, « l'intention entrepreneuriale», Thèse pour le doctorat en Science de gestion, 2003 Université de Rouen.

<sup>35</sup> JANSSEN Frank, « entreprendre : une introduction à l'entrepreneuriat » 2eme édition, Paris, Edition de Boeck Supérieur, 2016, P45.

✓ **La prise de risque :**

Selon Mc Clelland (1935), la prise de risque se manifeste lors de la poursuite d'une idée d'affaire dont la probabilité de succès est très faible. La création d'entreprise est réservée aux entrepreneurs qui ont l'envie de prendre des risques.

✓ **L'esprit inventif :**

Selon J. Schumpeter (1935), toute personne qui a la capacité d'innover mérite l'appellation d'« entrepreneur ». Il est apte d'imaginer, et fait preuve d'initiative et de volonté. Il est doué d'associer le monde scientifique, de la découverte avec le monde économique des innovations.

✓ **L'autonomie :**

Selon David (1963), le besoins d'autonomie se manifeste chez les personnes qui préfèrent mettre en place leur propre objectif, développe et contrôle eux même la concrétisation de leurs projets. C'est des personnes qui choisissent une activité indépendante pour éviter les restrictions et les rôles établis dans les organisations. Et pour Kets De Vries (1977), l'entrepreneur serait une personne déviante incapable de se soumettre à l'autorité d'autrui et de s'adapter aux structures d'une organisation existante.

✓ **Le contrôle de son destin :**

Dans un concept issue s'une théorie faite par ROTTER, selon BORLAND, l'entrepreneur aurait une motivation de contrôle de destin, pour cette auteure, les résultats et les conséquences de ses actes et actions ne seraient pas le résultat du hasard mais dépendait de ses propres comportements.

✓ **La confiance en soi :**

Selon DAVID (1963), il s'agit de la confiance en sa capacité à réaliser parfaitement certaines actions. Les personnes qui ont une grande confiance en eux ressoudent mieux les problèmes. Ils seraient plus intuitifs, auraient un plus grand espoir de réussite et s'engageraient dans les perspectives à long terme.

Ainsi en s'intéressant aux traits de personnalité, l'entrepreneur est plutôt comme « une personne pleine de contradictions et tellement remplie de traits qu'elle pourrait être n'importe

qui », il s'agirait plutôt de caractéristiques communes aux individus à succès, qu'il soit entrepreneurs, managers ou autres<sup>36</sup>.

Dans le tableau N°03, nous présentons une synthèse des caractéristiques et qualités d'entrepreneur :

**Tableau N°03** : Synthèses des caractéristiques et qualités d'entrepreneur

<b>Caractéristiques</b>	<b>Qualités</b>
Confiance en soi.	Croit en ses propres capacités ; indépendant ; optimiste.
Volonté déterminée	Obstiné et persévérant ; déterminé.
Concentré sur les tâches à accomplir ou les résultats à atteindre.	Soucieux de la réussite ; bucheur, dynamique, énergique, prend des initiatives
Acceptation des risques	Prend des risques calculés, aime les défis.
Etoffer d'un chef	Bon communication. Bon contact avec les autres. Attentif aux suggestions et aux critiques S'intéresse aux autres. Concerné par le développement des autres.
Originalité	Innovateur ; créatif ; souple et ouvert d'esprit ingénie ; s'adapte rapidement et facilement.
Tourné vers l'avenir	Prévoyant. Visionnaire. Intuitif.

**Source:** Bayad M; Boughattas Y; Schmitt c, 2006.

**2. L'entreprise:**

La production constitue le point de départ de l'entreprise qui est la cellule de base de la vie de l'économie. Elle est créatrice de richesses, une économie forte et saine ne peut exister sans l'existence d'entreprise, pour ces raisons l'entreprise occupe une place privilégiée et centrale dans les économies contemporaines. Elle fait l'objet d'attentions particulières de part des pouvoirs publics et des économistes.

**2.1. Définition de l'entreprise :**

<sup>36</sup> JANSSEN Frank, « entreprendre : une introduction à l'entrepreneuriat » 2eme édition, Paris, Edition de Boeck Supérieur, 2016, P46.

L'entreprise est une action d'entreprendre quelque chose, de commencer une action, ce que l'on entreprend : Échouer dans son entreprise.

« L'entreprise est une unité économique autonome disposant de moyens humains et matériels qu'elle combine en vue de produire des biens et services destinés à la vente. »

« L'entreprise peut d'abord être définie comme l'action d'entreprendre, c'est à dire comme une initiative, une action conduite de façon volontaire et organisée en vue d'atteindre un objectif économique ou social (ou plus général parfois). Dans l'usage qui prévaut aujourd'hui, l'entreprise est surtout considérée comme une organisation relativement autonome, dotée de ressources humaines, matérielles et financières en vue d'exercer une activité économique de façon stable et structurée ».

« L'entreprise est une entité juridique qui regroupe des moyens humains, matériels et financiers pour produire des biens ou des services à des clients dans le but de faire un profit. La fonction économique principale de l'entreprise est la production de biens et services. Elle contribue ainsi à la création de richesse ».

Dans un sens économique, une entreprise est une structure économique et sociale comprenant une ou plusieurs personnes et travaillant de manière organisée pour fournir des biens ou des services des clients dans un environnement concurrentiel (le marché) ou non concurrentiel (le monopole).

L'INSEE quant à elle définit l'entreprise comme « toute unité légale, personne physique ou morale, jouissant d'une autonomie de décision, produit des biens et des services marchands »<sup>37</sup>.

L'activité d'une entreprise peut être décomposée en deux phases distinctes :

- L'activité productive, c'est à dire la création de biens ou services.
- L'activité de répartition des richesses en contrepartie des biens ou services.
- ✓ **L'entreprise en tant qu'unité de production :**

La mission de l'entreprise est de produire des biens et service vendus sur le marché, c'est la détention la plus évidente de l'entreprise. Son objectif est d'atteindre l'efficacité maximal à fin de minimiser ses couts et de réaliser des profits. Pour cela ; elle recherche la meilleure combinaison possible des facteurs de production. Elle crée

<sup>37</sup> THUDEROZ Christian, (2010), Qu'est ce qu'une entreprise ?, pages 7à28.

de la valeur par la transformation de ces inputs en outputs (produit semi-finis ou finis, services).

✓ **L'entreprise en tant qu'unité de répartition :**

L'entreprise crée des richesses qui servent à rémunérer l'ensemble des agents économiques ayant participé à l'activité de production de l'entreprise. Elle joue un rôle de répartiteur des richesses créées grâce au partage de la valeur ajoutée. La part de chaque agent à la richesse créée dépend du degré de sa participation à l'activité économique.

La contrepartie de l'activité de production de l'entreprise se traduit par la vente. Le produit de cette vente doit permettre à l'entreprise de :

- ✓ Rémunérer les facteurs de production ;
- ✓ Payer ses charges sociales et fiscales ;
- ✓ Réaliser un surplus destiné à assurer son avenir ;
- ✓ Après avoir créée des richesses l'entreprise distribue les rémunérations aux différents facteurs de production ;
- ✓ Rémunération du travail (les salaires) ;
- ✓ Rémunération du capital (dividendes versés aux actionnaires et intérêts versés aux organismes prêteurs de capitaux) ;
- ✓ Paiement des impôts à l'Etat et des cotisations aux organismes sociaux.

**2.2. Catégories des entreprises :**

**2.2.1. Classification sectorielle :** elle permet de classer les entreprises ayant la même activité principale dans le secteur, au sien duquel elles réalisent cette activité. Traditionnellement, on distingue 3 secteurs :

- ✓ **Secteur primaire :** Représentant toutes les activités économiques productives de matières premières : l'agriculture, la pêche, l'extraction des ressources naturelles.
- ✓ **Le secteur secondaire :** Couvrant l'ensemble des activités économiques destinées à transformer des matières premières en biens productifs ou en biens de consommations : l'industrie y compris le bâtiment.
- ✓ **Le secteur tertiaire :** Il s'agit, en général des services : administration, banques, assurances.

### 2.2.2. Classification juridique :

**2.2.2.1. Le secteur privé :** Ce secteur rassemble les entreprises individuelles d'une part et les entreprises sociétaires de l'autre.

- ✓ **L'entreprise individuelle :** Est entreprise qui est la propriété exclusive d'une personne physique. Elle est caractérisée par le fait qu'une même personne fournissant le capital, le travail et la direction est responsable sur ses biens personnels. Les formes d'entreprises individuelles s'adressent généralement aux entreprises de petite taille.
- ✓ **Les entreprises sociétaires comprennent :** Les sociétés de personnes fondées sur « l'intuitu personae » c'est-à-dire sur la considération de la personne des associés. Ce type de sociétés est créé par plusieurs personnes. On y distingue :
  - ❖ Société en Nom Collectif (SNC) où tous associés sont tenus personnellement et solidairement des dettes de la société. Dans ce type, les associés ont tous la qualité de commerçant et répandent indéfiniment et solidairement des dettes sociales. Cette forme juridique présente une organisation statutaire souple et il n'est pas exigé un capital minimum obligatoire.
  - ❖ Les sociétés à responsabilités limitées (SARL) : sont une forme hybride de sociétés, forme intermédiaire entre la société de personnes et la société de capitaux. C'est une société dans laquelle la responsabilité des associés est limitée au montant de leurs apports. Cette forme d'entreprise est constituée de deux associés au minimum et 20 au maximum.
    - Le capital social minimum d'une SARL est de (100 000DA) dinars ;
    - Le capital social est divisé en parts sociales d'égale valeur nominale, de mille dinars (1 000 Da) ;
    - Cette société est gérée par une ou plusieurs personnes physique les gérants peuvent être choisis en dehors associés.
  - ❖ Entreprise unipersonnelle de responsabilité limitée (EURL) : Lorsque une société à responsabilité limitée ne comporte qu'une seule personne en tant qu'associé unique, celle-ci est dénommé « EURL ». La EURL a été créée pour restreindre les risques encourus par les entrepreneurs individuels qui sont tenus des dettes de leurs entreprises sur la totalité de leur patrimoine L'EURL leur permet de limiter leur responsabilité au montant de l'apport de l'unique associé. la gérance de la EURL peut être assurée par l'associé unique ou par un gérant tiers.

- ❖ Société Par Action (SPA) : la société par action est un type de société commerciale disposant d'un capital social fourni par les associés et donnant lieu à des actions ou parts sociales qui représentent les titres émis par la société à ses actionnaires. Elle exige au minimum 7 actionnaires et un capital social de 500 0000 de dinars .ce capital social est divisé en actions. La SPA est gérée par un conseil d'administration composé de 03 à 12 membres, la responsabilité des actionnaires sur les dettes de l'entreprise est à concurrence de leurs apports.

**2.2.2.2. Le secteur public :** Il rassemble les entreprises publiques, semi publiques, les établissements publics industriels et commerciaux ainsi que les régies directes :

- ✓ Les entreprises publiques ont des capitaux entièrement fournis par l'Etat (les vagues de privatisation ont considérablement réduit leur nombre) ;
- ✓ Les entreprises semi publiques ont des capitaux fournis par l'Etat et d'autres, par des privés ;
- ✓ Les établissements publics industriels et commerciaux disposent de l'autonomie financière et de la personnalité juridique ;
- ✓ Les régies directes : n'ont ni l'autonomie financière ni la personnalité juridique. C'est une exploitation à caractère économique, gérée par l'Etat et constituant parfois le monopole.

**2.2.2.3. Le secteur de l'économie sociale :**

Les entreprises de ce secteur ont la forme de mutuelles, nombreuses dans la branche des assurances ou des banques (crédit mutuel) ou des coopératives. Ces dernières peuvent être de distribution, de consommation ou de production. Fondées sur des valeurs comme la solidarité, les rapports sociaux et humains et non sur la recherche exclusive du profit, ces entreprises cherchent à apporter à leurs membres un service au meilleur prix, elles sont administrées par des mandataires, nommés administrateurs ou gérants, élus par l'assemblée générale. Dans ce secteur de l'économie sociale, on classe également les associations à but non lucratif (organisation non gouvernementales, mouvements religieux).

**2.2.3. Classification selon la taille :**

Rien n'est plus délicat que de définir la dimension d'une entreprise ; et pourtant cette classification est celle qui différencie le mieux les pratiques de gestion des entreprises. Un seul critère ne permet pas de comparer avec certitude la taille des entreprises. Plusieurs autres critères sont retenus le nombre de personnes employées, le capital investi, le chiffre d'affaire réalisé, l'investissement nécessaire.

**2.2.4. Classification selon l'effectif du personnel d'employé :**

- ✓ **Très petites entreprises (TPE)** : sont des entreprises qui emploient moins de 5 employés ;
- ✓ **Les petites entreprises** : sont des entreprises qui emploient un effectif compris entre 5 et 10 salariés ;
- ✓ **Les moyennes entreprises** : sont des entreprises qui emploient un effectif compris entre 10 et 100 salariés (se nombre peut aller à 500) ;
- ✓ **Les grandes entreprises** : sont des entreprises qui emploient plus de 500 salariés.

### 2.2.5. Classification selon le chiffre d'affaires :

Le chiffre d'affaires permet d'avoir une idée sur le volume des transactions de l'entreprise avec ses clients. L'importance d'une entreprise peut se définir par le volume de ses transactions. Ce critère est important pour les raisons suivantes :

- ✓ Il est utilisé pour apprécier l'évolution des entreprises et pour les classer par ordre d'importance selon leur chiffre d'affaires ;
- ✓ Pour l'entreprise : il constitue un outil de gestion, la variation de chiffre d'affaires permet à l'entreprise de mesurer la pertinence de ses méthodes de vente. Une baisse du chiffre d'affaire est souvent interprétée comme un indicateur important de la mauvaise santé de l'entreprise ;
- ✓ Il est utilisé à des fins comparatives dans la mesure où il permet à l'entreprise de se positionner par rapport aux autres entreprises de la même branche.

### 2.3. Les finalités de l'entreprise :

Les finalités, ou missions, de l'entreprise désignent les raisons pour lesquelles elle est acceptée par son environnement. Ce sont des buts plus durables que les objectifs, avec des échéances imprécises.

- ✓ **Finalité économiques** : Produire et distribuer des biens et services aux entreprises ou aux consommateurs ; Assurer la survie de l'entreprise et sa croissance exceptée pour certaines entreprises qui sont créées pour une mission précise, temporaire ; Réaliser un profit.
- ✓ **Les finalités humaines** : Elles concernent aussi bien les ambitions des dirigeants (prestige par exemple) que l'épanouissement du personnel : bonnes conditions de travail, bien-être des salariés, participation au pouvoir de gestion. Etc.
- ✓ **Les finalités sociales** : Elles peuvent coexister avec les autres finalités dans la plupart des entreprises, mais pour certaines, elles constituent des finalités primordiales : le service public ou l'indépendance nationale sont des finalités principales des entreprises publiques.



**2.4. Le cycle vie de l'entreprise :****2.4.1. La gestation :**

En premier lieu l'entreprise existe seulement à l'état d'idée, elle n'est donc pas créée et née. Ainsi quatre questions sont à poser par le créateur à savoir : Qu'allons-nous faire exactement ? Comment allons-nous le faire ? Quand faut-il se lancer, et qui va le faire et pourquoi ? La présence de ces questions est très importante pour éviter tout projet avorté.

**2.4.2. La création :**

Elle s'agit de mettre en place des premières structures qui doivent être en conformité avec les règles juridiques. A cette étape l'entreprise peut réaliser du chiffre d'affaire mais celui-ci peut encore être déficit.

**2.4.3. Le développement :**

Elle est identifiée comme la croissance de l'entreprise ne peut s'effectuer que si l'idée qui a favorisé son démarrage s'est traduite par un succès. L'entreprise doit ensuite développer son idée en élargissant sa clientèle. Elle correspond à l'amélioration des produits, dans le but de pouvoir faire face à la concurrence.

**2.4.4. La maturité ou la stabilité :**

A ce stade l'entreprise connaît une hausse des parts de marché. L'entreprise a entre 3 et 5 ans d'existence. Elle possède un chiffre d'affaire solide et fait du profit. Elle a fait ses preuves. Il est important à ce stade pour l'entreprise d'innover et d'investir dans le développement.

**2.4.5. Le déclin :**

Il ya plusieurs raison qui peuvent amener une entreprise à disparaître :

- ✓ Reprise par une autre entreprise ;
- ✓ Faillite totale ;
- ✓ Les problèmes financiers ;
- ✓ La détérioration de l'image de la marque ;
- ✓ La mauvaise adaptation à l'environnement.

Cependant, toutes les entreprises ne passent pas obligatoirement par cette phase.

## 2.5. Les PME : une entité fondamentale de l'entrepreneuriat

Les PME sont une composante essentielle de l'économie dans tous les pays. Elles sont considérées comme un outil de renouvellement permanent du tissu économique et comme instrument de lutte contre le chômage.

### 2.5.1. Définition des PME :

Il est difficile d'établir une seule définition généralement retenue ou acceptée par tous. A cet effet, la recherche d'une définition plus englobant de la notion des PME nous impose de passer en revues différentes définitions de différents auteurs de PME. La PME<sup>38</sup>, quelque soit son statut juridique, est défini comme étant une entreprise de production des biens et des services employant de 1 à 250 personnes, dont le chiffre d'affaire annuel n'excède pas 2 milliards de Dinars, ou dont le total du bilan annuel n'excède pas 500 millions de Dinars.

La définition des petites et moyennes entreprises la plus courante peut se subdiviser en deux approches : approche quantitative et approche qualitative. L'approche quantitative est basée sur les critères quantitatifs tandis que l'approche qualitative est basée sur des critères qualitatifs.

- ✓ **L'approche quantitative :** Appelée également approche descriptive, elle se base sur un ensemble de critères qui dans leurs ensembles mesurables et quantifiable à savoir :
  - ❖ Le nombre d'effectifs employé ;
  - ❖ Le chiffre d'affaires ;
  - ❖ Le montant du capital social engagé ;
  - ❖ Le nombre d'effectifs employé Cette approche est la plus utilisée car c'est la plus simple, la plus facile et les critères sont disponibles.
- ✓ **L'approche qualitative :** Cette approche basée sur des critères qui touchent les aspects suivant :
  - ❖ La responsabilité : l'entreprise est dirigée par son propriétaire d'une manière personnalisée. C'est lui qui assume la responsabilité directe et finale.
  - ❖ La part de marché : ELLE est relative restreinte.
  - ❖ L'indépendance : la PME doit détenir au minimum 75% de son capital.

Pour P. André Julien (1988) .M, la PME est « avant tout une entreprise juridiquement sinon financièrement indépendante, opérant dans les secteurs primaires, manufacturiers ou de

<sup>38</sup> Journal officiel de la république Algérienne n°77,15 décembre, Chapitre, article 4, P5.

se services et dont les fonctions de responsabilité incombent le plus souvent à une seule personne, sinon à deux ou trois, en général seules propriétaires du capital »<sup>39</sup>.

### **2.5.2. Cadre juridique des PME :**

Sur le plan juridique, les petites et moyennes entreprises sont généralement constituées sous plusieurs formes que le chef d'entreprise doit choisir. Parmi ses formes juridiques on a :

- ✓ Une entreprise Individuelle (EI) ;
- ✓ Une Entreprise Unis personnelle de Responsabilité Limitée (EURL) ;
- ✓ Une Société A Responsabilité Limitée (SARL) ;
- ✓ Une Société en Nom Collectif (SNC) ;
- ✓ Une Société Par Action (SPA).

### **2.5.3. Caractéristiques des PME :**

#### ✓ **La taille :**

La PME est petite de taille .Elle se caractérise par une structure simple, des contacts directs, une distance hiérarchique moindre, des relations de travail plutôt informelles .leur taille implique qu'elle gère un faible volume de ressources financières induisant une faible moyen technique et immatérielles.

#### ✓ **Centralisation de gestion :**

Le chef d'entreprise toujours présent et participe dans tous domaines de gestion .Il apparaît très souvent comme l'acteur central et incontournable pour toutes les décisions relatives à l'organisation ou la gestion de l'entreprise ,parlant de la personnalité de la gestion , en la personne du propriétaire-dirigeant qui est à la fois entrepreneurs , manager dans le cas de très petit entreprise.

#### ✓ **Une faible spécialisation du travail :**

Une stratégie intuitive et peu formalisée : le dirigeant est suffisamment proche de ses collaborateurs et employés pour leur expliquer oralement les changements qu'il impose sans formaliser par écrit sa stratégie. Le cycle de décision stratégique se situe dans le court terme.

#### ✓ **Un système d'information peu complexe :**

La diffusion rapide des informations entre direction et employés.

---

<sup>39</sup> ABI AZAR Jihan, (2011), « Les outils contrôle de Gestion dans le contexte des PME : Cas des PMI au LiBAN », P 4.

**✓ La recherche d'un environnement stable :**

Malgré l'accélération du changement car la petite entreprise n'a que peu de poids sur son environnement.

**2.5.4. Les atouts des PME :**

Les PME possèdent un bon nombre d'atouts qu'elles peuvent mettre en avant pour un maximum de profits, il s'agit de :

- ✓ Rapidité de prise de décision : la PME entraîne des processus de décisions plus rapides pour régler les problèmes liés à l'activité.
- ✓ L'information circule également de manière plus efficace même si elle est d'un caractère informel.
- ✓ Les salariés peuvent être plus motivés que dans une grande entreprise.
- ✓ La concentration de l'effort, en générale, la PME n'a qu'un segment de marché qu'elle peut maîtriser, ce qui lui permet de réaliser la meilleure adéquation produit marché.

**2.5.4. Les faiblesses des PME :**

- ✓ L'autonomie reste pour un grand nombre de PME très relative, par leur orientation vers la sous-traitance par rapport aux grands groupes.
- ✓ Les PME sont en général peu connues, aussi bien du public que des éventuels partenaires de l'entreprise (fournisseurs, clients, administrateurs..), ce qui engendre un manque de confiance de ces derniers à son égard.

**Section 03 : L'entrepreneuriat en Algérie**

« Il est indéniable que les PME occupent une place singulière dans les économies, elles génèrent un volume important d'investissement, de production et d'emplois d'une part et d'autres part, elles ont une grande capacité d'innovation et de création. Elles forment un tissu d'entreprise constituant le support de la croissance économique » (Kerzabi A. & Saidani M, 2009).

**1. Genèse de développement des PME en Algérie :**

La récession économique des années 80 due essentiellement à la chute des prix du pétrole et la montée de la contestation sociale, ont poussé les pouvoirs publics algériens à se lancer dans un long processus de réformes économiques, visant à libéraliser l'économie du

pays, en se tournant davantage au secteur privé qu'il n'existe plus avant cette date, qu'un rôle secondaire dans son économie<sup>40</sup>. Depuis l'indépendance jusqu'aujourd'hui, les PME algériennes ont passées plusieurs périodes dans leur évolution, on distingue généralement trois (03) étapes qu'on peut résumer comme suit<sup>41</sup>.

### **1.1. La période 1962- 1982 :**

Bien que l'histoire économique de l'Algérie ne commence pas en 1962, l'année de son indépendance, et nonobstant le fait que les phénomènes économiques sont continus, nous retraçons l'évolution de l'économie algérienne à partir de l'indépendance, car elle représente une rupture historique et la naissance officielle de l'Etat algérien contemporain<sup>42</sup>.

Les premiers codes d'investissement favorisaient le monopole de l'Etat. Celui de 1963 n'accordait aucun avantage ni garantie au capital privé, puis celui de 1966 ne visait que très modérément l'incitation des privés à investir dans les activités jugées productives. L'entreprise privée était limitée par un contrôle très sévère, notamment par une fiscalité empêchant son autofinancement, une législation du travail très sévère et la fermeture du commerce extérieur.

L'industrie nationale a été appréhendée comme une industrie à tendance lourde, susceptible de jouer le rôle de locomotive, dans le cadre d'une économie planifiée de type socialiste. L'état s'est vu doté d'un vaste secteur public qui contrôlait près de 70% de la valeur ajoutée ; il couvre toutes les industries importantes (hydrocarbures, métallurgie, mécanique, électricité et gaz). Cette approche a justifié en son temps la création de grandes sociétés nationales telles SONATRACH, SONACOME, SN METAL, SONELEC, SONEPEC, SONELGAZ ...

A vrai dire, la PME a été considérée durant toute cette période comme « appoint » au secteur public, car toutes les politiques sont concentrées sur le développement de ce dernier laissant en marge le secteur privé se débrouiller comme il peut. De ce fait, le promoteur privé a investi des créneaux qui nécessitent peu une maîtrise de la technologie et une présence d'une main d'œuvre qualifiée ; à savoir le commerce et les services. Une fiscalité lourde, une

---

<sup>40</sup> SI LEKHAL., (K), KORICHI., (Y), GABOUSSA., (A), « Les PME en Algérie : Etat des lieux, Contraintes et perspectives », in Revue des entreprises algériennes N°04, 2013, P : 30

<sup>41</sup> GHARBI., Samia, « LES PME/PMI EN ALGERIE : ETAT DES LIEU », CAHIERS DU LAB.RII (Laboratoire de Recherche sur l'Industrie et l'Innovation), DOCUMENTS DE TRAVAIL N°238, UNIVERSITÉ DU CÔTE D'OPALE, Mars 2011, P : 05.

<sup>42</sup> Thèse de Mr OUKACI Moustafa : « entrepreneuriat en Algérie : caractéristique, enjeux et perspectives » 2020 / 2021.

législation du travail rude et la fermeture du commerce extérieure, telles étaient les principaux blocages de cette période pour l'émancipation de la PME privée<sup>43</sup>.

### **1.2. La période 1982-1988 :**

Durant cette période, de grandes réformes ont été amorcées sous toujours le système de l'économie administrée. Les deux plans quinquennaux (1980/1984) et (1985/1989) sont l'exemple de ces réformes entamées en faveur du secteur privé. Il y a eu parallèlement une promulgation d'un nouveau cadre législatif et réglementaire relatif à l'investissement privé (loi du 21/08/1982) qui a dicté un ensemble de mesures favorables aux PME telles que :

- ✓ Le droit de transfert nécessaire pour l'acquisition des équipements et dans certains cas des matières premières :
- ✓ L'accès, même limité, aux autorisations globales d'importations (A.G.I) ainsi qu'au système des importations sans paiement. (CNES, 2002).
- ✓ Cette période est caractérisée également par certains obstacles aux PME tels que :
- ✓ Le financement par les banques ne dépasse pas 30 % du montant total de l'investissement ;
- ✓ Les montants investis sont limités à 30 millions de DA pour la société à responsabilité limitée (SARL) ou par actions et 10 millions de DA pour l'entreprise individuelle ou au nom collectif.
- ✓ L'indication de posséder plusieurs affaires<sup>44</sup>.

### **1.3. A partir de 1988 à nos jours :**

L'Algérie a connu à partir de 1988 une phase de transition vers l'économie de marché, qui « tend à réduire de plus en plus l'intervention de l'état dans les domaines de la vie politique, économique et sociale »<sup>45</sup>. C'est ce qui l'a conduit à établir des relations avec les institutions internationales tels que le FMI et la BM. pour atténuer la crise de sa dette extérieure d'une part, et à l'application d'un régime de politique monétaire, financière, économique et commerciale d'une autre part qui lui a dicté la privatisation de nombreuses entreprises publiques, et a contribué au développement des petites et moyennes entreprises dans certaines activités de l'économie.

---

<sup>43</sup> MERZOUK., (F), « PME et compétitivité en Algérie », université de Bouira, N° 12, 2012, p : 02.

<sup>44</sup> OP.cit, p : 02.

<sup>45</sup> Pierre-Noël Denieul et Mohamed Madaoui, « Entrepreneurs maghrébins : Terrains en développement », Edition KARTHALA et IRMC, Paris-Tunis, 2011, P : 173.

Ces activités concernent la transformation des métaux ainsi que les petites industries mécaniques et électroniques. Les changements d'orientation de la politique économique et l'adoption des plans d'ajustement structurel avaient définitivement scellé le passage de l'économie vers l'organisation marchande.

L'Etat a mis en place un nouveau cadre législatif et plusieurs réformes liées aux programmes de redressement économique, au système juridique pour le développement de l'investissement et la promotion des petites et moyennes entreprises telles que le nouveau code d'Investissement qui a été promulgué le 05/10/1993 relatif à la promotion de l'investissement. Ce code a eu pour objectifs, la promotion de l'investissement, l'égalité entre les promoteurs nationaux privés et étrangers, remplacement de l'agrément obligatoire par une simple déclaration pour investir auprès des institutions administratives concernées, réduction des délais d'études de dossiers, le renforcement des garanties. Dans les faits, le bilan de la mise en œuvre du code de 1993 a été mitigé ce qui a porté les autorités à promulguer en 2001 l'ordonnance relative au développement de l'investissement (Ordonnance N° 01/03 du 20/08/2001) et la loi d'orientation sur la promotion de la PME (Loi N° 01/18 du 12/12/2001).

L'ordonnance mise en place en même temps que la loi d'orientation de la PME définissent et fixent, entre autres, les mesures de facilitation administratives dans la phase de création de l'entreprise qui pourraient être mises en œuvre. Elles prévoient également la création d'un Fonds de Garantie des prêts accordés par les banques en faveur des PME, la création du Conseil National de l'Investissement (CNI) et la suppression de la distinction entre investissements publics et investissements privés. (CNES, 2002)<sup>46</sup>.

## **2. La PME algérienne : Evolution et développement**

Le secteur de la PME en Algérie, vers la fin des années 80 à connu un essor remarquable depuis les réformes économiques engagées. L'accélération des créations des PME est un phénomène visible dans le paysage économique national. Il n'existait pas en Algérie de définition officielle décrivant les PME avant l'adoption de la loi d'orientation sur la PME en décembre 2001, il n'existe pas de définition officielle de ce type d'entreprise. Avant cette date, l'Office National des Statistique a pris en considération le critère de l'effectif pour arriver à effectuer un classement des entreprises. La définition attribuée est la

---

<sup>46</sup> Pierre-Noël Denieuil et Mohamed Madaoui, « Entrepreneurs maghrébins : Terrains en développement », Edition KARTHALA et IRMC, Paris-Tunis, 2011, P : 173.

suivante : la PME étant une entreprise de production des biens et services employant de 250 personnes, ce qui rend difficile la comparaison entre les périodes.

La loi d'orientation sur la PME en Décembre 2001 a conduit à une définition plus officielle. Le tableau n°04 Nous le démontre :

**Tableau N°04 : Indicateurs de mesure de la taille des PME**

Taille	Effectif employé	Chiffre d'affaire (DA)	Total du bilan (DA)
Micro-entreprise	1 à 9	<20 millions	<10 millions
Petite-entreprise	10 à 49	<200 millions	<100 millions
Moyenne-entreprise	50 à 250	200 millions – 2 milliards	100 millions – 500 millions

Source : IFOURAH Houcine, La décision de création d'entreprise et entrepreneuriat en Algérie, thèse de doctorat, 2014, P 157.

**3. Les dispositifs d'aides à la création d'entreprises :**

En Algérie, il existe différents organismes qui peuvent jouer un rôle d'accompagnement au développement des PME : ce sont des structures d'aides, sous forme d'institutions nationales chargées de la mise en œuvre des politiques publiques d'aides et d'accompagnement à la création d'entreprise. Nous parlons de l'ANDI, de l'ANSEJ, de l'ANGEM, et de la CNAC.

**3.1. L'Agence nationale de développement des Investissements (ANDI) :**

Après APSL, l'Agence de promotion, de soutien et de suivi des investissements créée en 1993, l'ANDI a été mise en œuvre en 2001 après l'ordonnance 10-03 du 20 aout 2000. Cette agence a pour but principalement :

- ✓ D'assurer la promotion, le développement et suivi des investissements ;
- ✓ De faciliter l'accomplissement des formalités constitutives des entreprises et de concrétiser les projets ;
- ✓ D'octroyer les avantages liés à l'investissement dans le cadre du dispositif en vigueur.

**3.2. L'Agence nationale de soutien à l'Emploi de jeune (ANSEJ) :**



L'ANSEJ est une agence publique créée en 1996 pour encourager, soutenir et accompagner les jeunes chômeurs porteurs d'idée de projet de création d'entreprise.

Cette agence a pour mission :

- ✓ Soutenir, conseiller et accompagner les jeunes promoteurs dans le cadre de la mise en œuvre de leurs projets d'investissement ;
- ✓ De gérer, conformément à la législation, et à la réglementation en vigueur, les dotations du fonds national de soutien à l'emploi de jeunes, notamment les aides et la bonification des taux d'intérêt, dans la limite des enveloppes mises à sa disposition par le ministre chargé du travail et de l'emploi ;
- ✓ D'assurer le suivi des investissements réalisés par les jeunes promoteurs en veillant au respect des clauses des cahiers des charges qui les lient à l'agence et en les assistant, en cas de besoin, auprès des institutions et organisations concernés par la réalisation des investissements.

### **3.3. L'Agence nationale de Gestion du Micro Crédit (ANGEM) :**

L'AGEM est un dispositif créé en 2004, donnant la chance à une certaine catégorie de citoyens (sans revenus ou disposant de petits revenus) d'avoir des prêts leur permettant l'achat d'un équipement ou de matière et de ce fait les intégrer dans la vie économique et sociale.

### **3.4. La Caisse Nationale d'assurance Chômage (CNAC) :**

En 1994, un décret institue l'assurance chômage en faveur des salariés susceptibles de perdre leur emploi de façon involontaire et pour raison économique.

Cette décision a fait naître la caisse nationale d'assurance chômage (CNAC).

Cette institution a pour mission :

- ✓ D'aider et de soutenir, la réinsertion dans la vie active des chômeurs régulièrement admis au bénéfice des prestations de l'assurance chômage ;
- ✓ De constituer et maintenir un fonds de réserve pour lui permettre de faire face en toute circonstance à ses obligations vis-à-vis des bénéficiaires ;
- ✓ Enfin dans le cadre de ses missions, la caisse, en relation avec les institutions financières participe au développement de la création d'activités au profit des

chômeurs dont elle a la charge notamment les chômeurs promoteurs âgés de 35 à 50 ans, et cela par le financement des investissements ou l'octroi de prêt non rémunéré<sup>47</sup>.

#### 4. Les entraves au développement de la PME en Algérie :

Toutes les études récentes font ressortir que les PME algériennes sont soumises à des contraintes multiformes d'intensité variable. Une étude de la banque mondiale (2003) fait apparaître les obstacles rencontrés par les dirigeants des PME, selon la hiérarchie décroissante suivante, qui correspond au degré de sévérité de chaque entrave : <sup>48</sup>

A- La compétition de l'informel ; B- L'accès aux crédits ; C- Coût du crédit ; D- Les taux d'impôts ; E- Les incertitudes sur la politique économique ; F- Les délais bancaires ; G- La corruption ; H- L'administration fiscale ; I- L'accès au foncier ; J- L'accès aux devises ; K- Les douanes / réglementations ; L- L'enregistrement de l'entreprise ; M- La pénurie de main d'œuvre qualifiée ; N- Les services portuaires ; O- L'accès au téléphone ; P- La législation du travail ; Q- L'accès à l'énergie.

Ces obstacles qui freinent le développement des PME ne sont pas forcément appréhendés dans le même ordre par tous les dirigeants-proprétaires, et se différencient selon la nature des activités. Pour mieux comprendre leurs contours et bien apprécier le poids et la sévérité de chaque contrainte, nous proposons d'examiner dans ce qui suit celles qui nous semblent être des plus importantes, à savoir : les contraintes découlant de l'informel, financières, relatives au marché du travail, liées au foncier industriel, d'ordre administratif et judiciaire et les contraintes d'informations.

##### 4.1. Les contraintes découlant des activités informelles dites souterraines :

L'ampleur et la complexité grandissantes des activités informelles dans la vie économique, sociale et politique des pays en voie de développement est un phénomène incontesté<sup>49</sup>. Le secteur informel est un secteur non structuré, que l'on désigne aussi sous les appellations d'économie souterraine ou d'économie parallèle, qui renvoient à cette sphère de l'économie où les unités de production exercent hors des circuits économiques et financiers

<sup>47</sup> IFOURAH Houcine, La décision de création d'entreprise et entrepreneuriat en Algérie, thèse de doctorat, 2014, P 169.

<sup>48</sup> Si Lekhal., (K), Korichi., (Y), Gaboussa., (A), « Les PME en Algérie : Etat des lieux, contraintes et perspectives », in revue N°04/2013, p : 39.

<sup>49</sup> Maldonado., Carlos, « entre l'illusion de la normalisation et le laisser faire : vers la législation du secteur informel ? », Cuaderno, 2000, p.

formels, dans la clandestinité, sans remplir les procédures légales de création (registre de commerce) et / ou de fonctionnement et d'exploitation (déclaration des impôts).

En Algérie, en absence d'une définition univoque, il y a lieu de préciser qu'on définit comme « formel non déclaré » l'ensemble des entreprises non agricoles enregistrées administrativement mais qui ne déclarent pas leurs existences aux services du fisc, à la CNAS ou à la CASNOS (non-paiement des impôts).

Pour ADAIR. P & HAMED. Y, après enquête, il s'est avéré que sur l'échantillon des 482 micro-entrepreneurs algériens étudiés, 335 sont informels selon trois critères, à savoir : la non tenue de la comptabilité, le non-paiement des impôts et l'absence d'enregistrement<sup>50</sup>. Soit une proportion de 69,5 % des petites entreprises qui touchent aux activités souterraines.

Malgré l'absence d'estimation fiable sur la dimension et le poids de l'économie cachée en Algérie, l'enquête nationale auprès des ménages de l'Office Nationale des Statistiques de 2007 avance que 2/3 des micro-entrepreneurs se déclinent en « informels » dans l'ensemble de l'activité économique. Un chiffre qui confirme l'absence d'une frontière délimitée qui distingue le formel de l'informel où l'activité spéculative dépasse fortement tout activité productrice.

Ces micro-entreprises qui exercent en clandestinité, en dehors de toute législation, portent un grand préjudice aux unités économiques légalement créées, parce qu'en échappant complètement au fisc et ne supportant aucune charge sociale, elles leurs livrent une concurrence déloyale, qui pénalise l'ensemble de l'économie algérienne et ses opérateurs (on ne payant pas les impôts, elles causent un manque à gagner en chiffre d'affaires des unités légales et pénalise ainsi les recettes fiscales de l'Etat). De nos jours, l'environnement socioéconomique de la PME algérienne reste prédominé par le secteur informel. Ses manifestations sont diverses et concernent plusieurs domaines, à savoir :

- ✓ La non-déclaration ou la sous-déclaration des ressources humaines ; financières et même techniques et /ou technologiques.
- ✓ La fraude fiscale.
- ✓ La pratique de la non-facturation, la sous-facturation et de la surfacturation.

---

<sup>50</sup> Adair., Philippe, Hamed., Yousra, « le microcrédit : une solution au financement du microcrédit au Maghreb », 2004, p : 02.

- ✓ La concurrence déloyale des importateurs qui réussissent à contourner les barrières tarifaires.

L'une des principales raisons qui pousse les micro-entrepreneurs algériens à s'installer dans la clandestinité est la complexité des démarches administratives pour la création de son affaire. Malgré les efforts fournis pour faciliter la création des entreprises ces dernières années, le parcours de l'entrepreneur quant à lui est loin d'être simplifié : les questions administratives, financières et fiscales restent toujours appréhendées par les chefs d'entreprises. Une situation qui persiste encore une fois l'unité créée, pour la condamnée à rester de très petite dimension. Et le nouveau défi, consiste à assurer sa survie et son fonctionnement dans un environnement économique et social rongé par la corruption.

La seconde raison, de cette fuite vers le marché « noir », est due à l'importance des prélèvements obligatoires exagérés que supportent les entreprises déclarées, des impôts, taxes et cotisations, qui peuvent dépasser les 50 % du chiffre d'affaires, dans le cas d'une déclaration de bénéficiaires. Des charges auxquelles échappent les non déclarés (encouragés par une certaine forme de laxisme des autorités, surtout lorsqu'on sait qu'on peut faire appel à la protection d'un haut fonctionnaire, en cas de problèmes avec les services de l'administration fiscale). Un certain laissez faire des autorités publiques motivé par l'intention de couvrir ce secteur parallèle qui apporte une solution provisoire au chômage grandissant pour garantir la paix sociale (GRIM. N, 2004)<sup>51</sup>. Or les politiques économiques des Etats doivent mettre en place des mécanismes de protection de l'économie formelle et engager des mesures incitatives et judicieuses dont l'objectif est d'intégrer cette activité occulte dans le domaine du réel et de l'officiel.

#### **4.2. Les contraintes liées au foncier :**

La question du foncier en Algérie demeure l'un des grands handicaps auxquels se heurtent les investissements. Le problème réside dans la multitude d'organisations et d'institutions qui régissent le foncier sans qu'il y ait un réel pouvoir de décision (il s'agit de l'ANDI, agence foncier locale et guichet unique). D'après une étude faite par l'agence nationale de l'aménagement territorial (ANAT) en 2001<sup>52</sup>, sur 4211 lots de terrains distribués pour le développement des zones industrielles, 3233 soit 76,77 sont non réglés juridiquement,

---

<sup>51</sup> GRIM. N : « L'économie algérienne otage de la politique », édition Casbah, 2004, Alger.

<sup>52</sup> Zouanti Z, « l'incubateur d'entreprise : un dispositif fondamental pour le développement de la PME algérienne », C U Khemis-Miliana, communication sur l'entrepreneuriat et innovation dans les pays en voie de développement p208.

ce qui créer un vrai problème d'accès au financement auprès des banques qui exigent l'acte de propriété pour l'accroissement de crédits.

#### **4.3. Les contraintes financières :**

Les PME Algériennes souffrent des difficultés rencontrées au niveau des banques pour le financement de leur projet ; le taux d'intérêt pratiqué par les banques algériennes demeure assez élevé pour motiver les investisseurs. Cet obstacle est accentué par le poids des garanties demandées et l'apport personnel exigé par les banques qui jouent son rôle en bloquant le processus de création dans sa racine.

Les PME, même en économies puissantes estiment que l'accès au financement, notamment à moyen et à long terme, est l'un des principaux obstacles qui les bloquent de développer et d'investir. L'accès aux sources de financement est particulièrement difficile pour les PME qui ne disposent pas de garanties suffisantes, n'ont pas de références établies, ni d'historique de crédit.

#### **4.4. Les contraintes d'ordre administratif :**

La complexité et la lenteur des procédures nécessaires pour la préparation des dossiers de demande, soit le crédit, soit l'autorisation d'exercer ou même de contrat de bail,... découragent l'initiative privée et limitent, par conséquent, la volonté de des entrepreneurs débutants. Ces derniers finissent également par se trouver devant une multiplicité des pièces à fournir et dont la préparation ou l'obtention suppose aussi et à nouveau la sollicitation auprès d'une autre administration publique, ce qui les amène dans un cercle vicieux sans issue.

Ces difficultés sont accentuées par le manque de transparence ou l'inexistence d'information entre les différents partenaires qui sont intégrés dans le processus de création d'entreprises : le promoteur, l'ANSEJ, l'ANDI, le Trésor, la banque, la caisse ou le fonds de garantie. L'opacité de l'information au niveau de ces organismes laisse sans réponse les diverses interrogations des jeunes promoteurs qui découragés, n'aspirent qu'à fuir vers un pays étranger ou les circuits administratifs paraissent plus adéquats, sans doute plus accueillants.

#### **4.5. Les contraintes d'informations :**

Le manque d'information constitue, aux yeux des experts un des principaux obstacles que doivent affronter les dirigeants des PME désireux de se porter à la conquête d'un marché

extérieur. Or la réalité de l'économie algérienne est caractérisée par un manque flagrant en matière de disponibilité de l'information (MADOUI. M et BOUKRIF. M, 2009)<sup>53</sup>. Un déficit d'information fiable et actualisée, à caractère économique, financier et commercial, est à souligner :

- ✓ Absence de banques de données statistiques et d'un système d'informations national.
- ✓ Manque de données et des études de marché (national, régional et local).
- ✓ Difficultés d'accès aux sources d'informations spécialisées et à Internet qui est jusque- là peu utilisé dans le monde des affaires (80 % des PME algériennes n'ont pas accès à Internet).
- ✓ Indisponibilité de données et d'orientations sur les opportunités d'investissements.
- ✓ Manque d'informations sur la concurrence et les pratiques des opérateurs économiques.

Face à toutes ces lacunes, il nous semble qu'il est impératif pour l'émergence du secteur privé et le développement des PME, de mettre en place un système efficace de collecte, d'analyse et de diffusion des informations économiques. La création d'un établissement d'observation de la PME apportera plus de connaissances et de visibilité sur ce secteur de petites entités, qui demandent un suivi et un appui particulier à chaque étape de leurs vies.

#### **4.6. Les contraintes relatives au marché du travail :**

En Algérie, le marché de travail est encore instable et sujet à tous les dépassements possibles. Les contraintes qu'il subit sont multiples. On peut citer les plus importantes :

- ✓ Le manque accru des experts en management, des gestionnaires, des techniciens qualifiés...
- ✓ L'existence de fortes contraintes dans la gestion des ressources humaines (la gestion des contrats, des procédures et des coûts de licenciement...);
- ✓ L'inexistence d'Instituts de formations spécialisées et la faiblesse de la qualité des programmes assurés ;

---

<sup>53</sup> MADOUI. M & BOUKRIF. M « De l'économie administrée à l'économie de marché. Les PME à l'épreuve de la mise à niveau des entreprises en Algérie, communication au Colloque International, INRPME-AUF-AIREPME, 27 au 29 mai 2009, Canada.

- ✓ L'inadaptation des formations dispensées par les universités avec les besoins réels des entreprises et en matière des techniques modernes de management, gestion et de marketing ;
- ✓ Difficultés de la pratique des langues étrangères chez la plupart des nouveaux diplômés.

### **Conclusion :**

Dans ce premier chapitre nous avons vu trois concepts complémentaires, il ne peut y avoir l'un sans l'autre. L'entrepreneuriat concerne la création d'entreprise, la création d'emploi et l'innovation. L'entrepreneur y joue un rôle indispensable, il est à l'origine de cet acte entrepreneurial (c'est celui qui entreprend afin de faire entreprise). L'entreprise est la concrétisation de l'activité de l'entrepreneur et de l'entrepreneuriat. Ensuite, il nous a semblé important de donner un aperçu sur l'évolution de l'entrepreneuriat en Algérie et les entraves au développement de la PME.

L'entrepreneuriat est un moteur majeur du développement économique et social. C'est pourquoi il est essentiel d'y sensibiliser les jeunes, afin de les amener à envisager de lancer une activité nouvelle créatrice de valeur.

En généralement, un état d'esprit entrepreneurial peut être utile au sein ou à l'extérieur de toute organisation publique ou privée, poursuivant ou non un but de profit et notre société, dans son ensemble, a besoin d'individus ayant l'esprit d'entreprendre.

# **CHAPITRE 02 : LES DIVERSES FORMES DE L'ENTREPRENEURIAT**



## **Chapitre 02 : Les diverses formes de l'entrepreneuriat**

### **Introduction**

La création d'entreprise est l'un des facteurs moteurs de la dynamique économique et élément fondamental de la croissance économique et de la création d'emploi, et les créateurs d'entreprises sont considérés comme des acteurs qui agissent sur le territoire pour diffuser l'entrepreneuriat. Dans cette logique entreprise, entrepreneur et territoire sont des acteurs qui interagissent pour créer les dynamiques économiques et sociales, sachant que l'entreprise est le fruit des synergies entre l'entrepreneur et le territoire.

Dans ce deuxième chapitre, nous allons à la présentation des diverses formes de l'entrepreneuriat, ce chapitre contient trois sections : dans la première section nous présenterons la première forme qu'est la création d'entreprise, dans la deuxième section nous passerons à une autre forme qu'est la reprise d'une entreprise, dans la troisième section nous allons finir par la dernière forme qu'est l'intrapreneuriat.

### **Section 01 : La création d'entreprise**

La démarche entrepreneuriale peut être comprise sous diverses formes, à savoir la création, la création ex-nihilo, la création par franchise, la reprise d'entreprise et l'intrapreneuriat.

#### **1. Définition de création d'entreprise :**

La création d'entreprise c'est l'acte fondateur de l'entrepreneuriat.

L'INSEE définit la création d'entreprise comme « la mise en œuvre de nouveaux moyens de production »<sup>54</sup>.

La création d'entreprise est d'abord une idée, qu'il s'agit de transformer en activité économique, puis en activité rentable. . Le donneur d'ordre devra formaliser toutes ces étapes dans un document appelé business plan.

Toute création d'entreprise réussie requiert la rencontre et la synergie de trois facteurs interdépendants nécessaires <sup>55</sup> :

---

<sup>54</sup> <https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1066>. Consulté le 23/04/2023 à 22h 11 mn.

<sup>55</sup> BRENNMANN. R, SEPRI. S, (2001), « Economie d'entreprise », DUNOD, paris, p 05.

- ✓ Un homme ayant la volonté d'aboutir ;
- ✓ Avec une idée qui peut se concrétiser en projet ;
- ✓ Avec des capacités et des moyens pour la réaliser.

**2. Les étapes de création d'entreprise :**

Les étapes d'un projet de création d'entreprise sont suivantes<sup>56</sup> :

- ✓ Évaluation de l'opportunité ;
- ✓ Conception et formulation du projet ;
- ✓ Montage juridique et financement du projet ;
- ✓ Lancement des activités.

**2.1. Evaluation de l'opportunité de création d'entreprise :**

Transformer une idée en opportunité de création réalité nécessite de définir l'idée initial le plus précisément possible.

Que vent-on vendre ? A qui veut-on vendre ? Quelle valeur cela peut-il apporter ? Pour y répondre, il va falloir rechercher des informations recueillir l'avis et le conseil d'experts et de spécialistes, tester l'idée auprès de personnes extérieures et analyser les contraintes inhérentes au projet.

Evaluer une opportunité de création d'entreprise grâce à un outil d'évaluation de projet. Cette étape est indispensable, elle permet d'évaluer le potentiel du projet mais aussi de la capacité à le mener à bien. Donc il faut :

- ✓ Avoir un minimum de créativité pour identifier, à partir d'une idée initiale, une bonne, une bonne opportunité de la création ;
- ✓ Maîtriser quelques concepts et outils marketing pour réussir le passage d'une bonne idée à un produit ou un service intégré dans une offre gagnante, c'est-à-dire susceptible de conduire à la rentabilité de la future activité ;
- ✓ L'analyse de situation et l'approche globale constituent des outils très efficaces pour réaliser ce travail d'évaluation.

**2.2. Conception et formulation du projet de création :**

---

<sup>56</sup> Allain Fayolle « Entrepreneuriat » Apprendre à entreprendre, Dunod, Paris, 2012, P153-157.

Après avoir identifié l'opportunité et défini les grandes lignes du projet, il faut tout mettre en œuvre pour faire d'opportunité une activité économiquement rentable de jouable et réaliste, le projet doit ce déplacé vers la position réalisable à ce stade, différentes études doivent être conduites : l'étude industriel, l'étude financière et les études juridique. Toutes ces études permettent de répandre aux nombreuses questions qui se posent et l'apporter de la matière a l'élaboration de l'offre, de la stratégie et du plan d'affaire ou business plan.ces études permettent également de positionner le projet, de le dimensionner et de formaliser une stratégie pertinente.

Les points clés de la conception d'un projet de création d'entreprise sont :

- ✓ Rechercher la meilleure adéquation possible créateur / projet de création et entrepreneur / situation future ;
- ✓ Etre clair sur la stratégie ;
- ✓ Etre réaliste et pragmatique ;
- ✓ Rechercher les cohérences, les complémentarités et la compatibilité a tous les niveaux été entre acteur clés ;
- ✓ Rechercher des avantages concurrentiels durables.

### **2.3. Montage juridique et financement du projet :**

Le montage juridique est important, le choix d'une structure juridique à des conséquences fiscale et sociales sur le créateur et sa famille, il est souhaitable de décider en parfaite connaissances des tenants et des aboutissants. D'autre part, la sélection du statu juridique de l'entreprise doit être faite en fonction du contexte stratégique, financier et humain.

Le financement est un aspect critique de la vie du projet, c'est de lui que vont dépendre le lancement et le développement de l'activité. Il faut convaincre les investisseurs de l'opportunité et de la faisabilité du projet.

Quelques points à propos du montage juridique et du financement :

- ✓ avoir une parfaite connaissance du dossier.
- ✓ avoir une idée des cadres juridiques et fiscaux.
- ✓ ne pas sous-estimer ou négliger les aspects juridiques.

### **2.4. Lancement des activités :**

Le lancement des activités démarre avec la mise en ordre de marché de l'entreprise, pour cela, il est indispensable que tous les engagements pris par le créateur et ses partenaires soient concrétisés. Pour réussir le lancement des activités il faut :

- ✓ ne pas perdre de temps ;
- ✓ aller droit à l'essentiel : obtenir des clients et des commandes ;
- ✓ bien utiliser ses ressources ;
- ✓ suivre son business plan ;
- ✓ avoir un tableau de bord avec quelques indicateurs et piloter réellement sa jeune entreprise.

La création d'entreprise est un phénomène d'une grande hétérogénéité. Cela vient de la variété des types d'entreprise créée et de la diversité des types d'entrepreneur. On trouve :

Ceux qui créent leurs emplois (artisanat, petit commerce, profession libérale..) ; Ceux qui construisent une équipe ambitieuse (du petit sous-traitant à l'entreprise industrielle) ; Ceux qui inventent et innovent ; Ceux qui prennent une idée ailleurs et la développent.

Des situations relevant de la création d'entreprise, on trouve :

## **2. La création ex-nihilo ou la création nouvelle :**

La création d'entreprise est l'acte fondateur de l'entrepreneuriat, encouragé par les pouvoirs publics, pour développer la création d'emploi,... (FAYOLLE, 2004).

### **2.1. Définition de la création ex-nihilo :**

Il s'agit de créer une entreprise à partir de rien. Cette disposition n'est pas une situation facile. Il faudra du temps pour arriver à implanter son produit dans un marché, pour convaincre les consommateurs et les chercheurs et c'est d'autant plus que le degré d'innovation sera élevé. Il exige de bien dimensionner les besoins financiers et d'obtenir les ressources suffisantes. La création ex-nihilo exige beaucoup de travail, de rigueur, de ténacité et par conséquent, entraîne que les risques doivent être particulièrement bien évalués.

### **2.2. Les étapes de création ex-nihilo :**

Afin de mener le projet à bien, il est nécessaire de suivre diverses étapes de façon chronologique qui sont comme suit :

**2.2.1. L'idée :**

L'idée est la base de tout projet. Elle déterminera si le projet peut être intéressant ou non. La volonté de réaliser quelque chose de personnel et d'original est le départ de tout projet d'entreprise. Quelle que soit l'origine de l'idée, l'essentiel est de savoir si celle-ci pourrait intéresser de futurs clients. La connaissance, le savoir-faire et l'expérience du métier va bien évidemment favoriser et faciliter le développement du projet. Tenter l'aventure dans un domaine inconnu nécessite d'avoir une idée très originale et/ou qui répondra à un besoin particulier identifié. L'origine d'un projet de création peut également être simplement une idée nouvelle qui va permettre l'invention de nouveaux produits.

**2.2.2. Evaluer l'idée de création :**

Grâce à un outil d'évaluation de projet. Cette étape est indispensable, elle permet d'évaluer le potentiel du projet mais aussi de la capacité à le mener à bien.

**2.2.3. Réaliser une étude de marché :**

L'étude de marché a pour objectif de connaître les débouchés pour le produit ou le service que vous voulez commercialiser, c'est-à-dire de vérifier la fiabilité commerciale du projet.

**L'étude de marché :**

Est une étape assez technique et commerciale qui nécessite des connaissances dans ces domaines. Le créateur peut donc faire appel à un cabinet-conseil ou solliciter une « junior entreprise », ce sont des étudiants qui réalisent ce type de travail dans le cadre de leurs études. L'aide de ces « junior entreprises » peut être utile et intéressante car ils ont souvent une bonne connaissance des outils commerciaux et des milieux économiques locaux. Bien que la réalisation d'une étude de marché par l'intervention d'organismes extérieurs s'avère en général riche et complète, le principal inconvénient reste le prix. Or, les jeunes entrepreneurs ont des moyens financiers limités. Ils peuvent alors réaliser eux-mêmes leur propre étude de marché.

**2.2.4. Réaliser un plan d'affaires ou business plan :**

Le business plan, dossier de présentation du projet de l'entreprise, est une « carte de visite » lors des relations avec différents partenaires : banquiers, fournisseurs, clients... Le créateur est le plus approprié pour concevoir ce business plan car il connaît bien son projet.

### **2.2.5. Choisir un statut juridique adapté :**

Le statut de l'entreprise individuelle présente des avantages non négligeables. Cela permet d'exercer une activité sous son propre nom et pour son compte. De plus, c'est une solution peu coûteuse car on ne paye pas les frais d'inscription ou droits d'enregistrements. Le principal avantage est donc sa grande simplicité. Les trois quart des entreprises existantes ont d'ailleurs opté pour cette forme. La seule démarche qui doit être faite est la déclaration de l'activité auprès du CFE dans les quinze jours du début d'exercice. L'inscription est gratuite.

L'atout majeur de ce statut est la grande liberté et souplesse du chef d'entreprise. Les seules obligations de l'entrepreneur individuel sont la tenue d'une comptabilité régulière, la déclaration des bénéfices et le paiement des impôts et charges sociales.

### **2.2.6. Les prévisions financières :**

Au cours de cette étape, il convient de définir financièrement le coût du projet afin de déterminer la rentabilité de celui-ci. Prévoir ses dépenses et ses recettes permet de vérifier la viabilité de son entreprise, en se projetant sur une période pertinente et suffisamment lisible, à savoir, trois ans. Cinq points principaux devront être établis. Les capitaux nécessaires à la réalisation du projet apparaîtront dans un plan de financement initial. Ce plan différenciera les besoins financiers durables de l'entreprise des ressources financières durables.

La rentabilité de l'entreprise pourra être connue grâce au compte de résultat prévisionnel des trois premières années. On distinguera alors les charges et les produits. Le compte de résultat prévisionnel permet de connaître l'activité prévisionnelle de l'entreprise et de savoir si les recettes seront suffisantes pour couvrir les charges de l'entreprise.

Il est également nécessaire de connaître l'équilibre de la trésorerie mois par mois. Le plan de trésorerie indique l'ensemble des décaissements et encaissements de l'entreprise et met ainsi en avant les recettes et dépenses réelles de l'entreprise. A côté de cela, il est également intéressant pour l'entreprise de déterminer le point mort.

Enfin, un plan de financement sur trois ans évaluera l'évolution des besoins financiers durables et des ressources financières stables. L'élaboration des comptes prévisionnels est un travail sérieux qui nécessite d'avoir des résultats proches de la réalité et crédibles.

### **2.3. Les avantages et les inconvénients de la création ex-nihilo :**

#### **2.3.1. Les avantages :**

En fonction des situations, il peut être plus intéressant de créer une entreprise ex-nihilo plutôt que de racheter une activité existante, par exemple si l'investissement prévu en création ex-nihilo est inférieur au coût du rachat d'une entreprise équivalente.

Le créateur devra peser différents paramètres pour choisir entre création ex-nihilo et rachat, parmi lesquels :

- ✓ Son niveau d'expérience en gestion d'entreprise;
- ✓ Sa psychologie (désir d'être accompagné, tempérament indépendant...);
- ✓ Sa situation personnelle, c'est-à-dire le risque maximum qu'il peut supporter à titre personnel;
- ✓ Projet correspondant à sa personnalité et son savoir-faire ;
- ✓ Choix des collaborateurs, partenaires... ;
- ✓ Fonds propres de départ moins importants qu'en reprise ;
- ✓ Les opportunités d'affaires qu'il peut saisir...

#### **2.3.2. Les inconvénients :**

La création d'entreprise ex-nihilo est a priori plus risquée que la reprise d'une activité existante : en effet le ou les créateurs se lancent dans l'inconnu. Ils devront prendre des précautions pour mesurer et valider :

- ✓ Leurs besoins financiers, en établissant un plan financier à 3 ans ;
- ✓ La pertinence de leur produit ou service, en menant une étude de marché ;
- ✓ L'équilibre de leur modèle économique.
- ✓ Risque d'échec plus important ;
- ✓ Etude de marché à soigner ;
- ✓ Investissements de démarrage à prévoir en communication et en prospection.
- ✓ Rémunération moins rapide ;

- ✓ Financements bancaires plus incertains : attention aux risques des garanties personnelles ;
- ✓ Compétences métiers souhaitables voire indispensables dans certains secteurs.

Le rachat d'une entreprise existante permet au contraire de partir d'une base connue, qui pourra être améliorée :

- ✓ Base clients : clients actifs, fidélisés ou inactifs, prospects ;
- ✓ Analyses commerciales : meilleures ventes, retours produits, mesure de la satisfaction client ;
- ✓ Organisation productive et fonctionnelle ;
- ✓ Rentabilité ;
- ✓ Expérience et savoir-faire acquis.

Le rachat permet donc de gagner un temps précieux et de bénéficier d'un retour d'expérience utile pour éviter les erreurs et contourner les risques.

Pour toutes ces raisons, le financement d'une opération de rachat par les banques est parfois plus aisé que le financement d'une création ex-nihilo, notamment si l'entreprise ciblée est bénéficiaire depuis plusieurs années.

### **1.2. La création par franchise :**

#### **1.2.1. Définition de la création par franchise :**

Cette forme d'entrepreneuriat met en relation un franchiseur, entreprise qui souhaite se développer en utilisant cette modalité, et un franchisé, individu qui veut créer une entreprise en appliquant cette formule. Ce type de création consiste à imiter un fonctionnement qui existe dans un contexte géographique donné. La création en franchise bénéficie d'un accompagnement important, mais payant, de la part du franchiseur. Elle peut permettre à celui qui n'a pas d'idées propres ou qui n'a pas une capacité à innover de réaliser son objectif de création d'entreprise.

Selon Michel Khan « La franchise est un échange de relations commerciales, économiques et humaines constaté dans un contrat. Le franchiseur et franchisé trouvent dans le contrat un intérêt commun, tout en conservant leur indépendance ».



Autrement dit, la franchise est un accord par lequel une entreprise, le franchiseur, accord à une autre entreprise, le franchisé, le droit d'exploiter la marque dans le but de commercialiser des produits et/ou service en conformité avec le concept du franchiseur.

**1.2.2. Les acteurs de la franchise :**

- ✓ Le franchiseur ;
- ✓ Le franchisé ;
- ✓ Le réseau de franchise ;
- ✓ Le consommateur.

**1.2.2.1. Le franchiseur :**

C'est un entrepreneur indépendant, personne physique ou morale, c'est l'initiateur d'un réseau de franchise il a pour vocation d'assurer sa pérennité.

- ✓ Offre un ensemble de produits de services et de technologie ;
- ✓ Apporte à ses franchisés une formation initiale et permanente pour leur permettre d'appliquer son concept.

**1.2.2.2. Le franchisé :**

Un entrepreneur indépendant, personne physique ou morale, sélectionné par le franchiseur.

- ✓ Animé d'un esprit d'entreprise il est responsable des moyens humains et financiers qu'il engage ;
- ✓ Responsable à l'égard des tiers et des actes accomplis dans le cadre de l'exploitation de la franchise ;
- ✓ Adhésion à l'esprit de la franchise.

**1.2.2.3. Le réseau de franchise :**

Constitué du franchiseur et de ses franchisés, tous porteurs de la même enseigne, symbole de l'identité et de la réputation du réseau.

- ✓ La force d'enseigne d'une marque influence considérablement le comportement d'achat du consommateur ;

- ✓ La marque constitue une certaine la garantie de service de qualité rendu au consommateur.

**1.2.2.4. Le consommateur :**

- ✓ Personne qui achète pour son usage des produits et des Services ;
- ✓ C'est l'acteur le plus important de la franchise mais aussi le plus difficile à cerner.

**1.2.2.5. Indépendance :**

- ✓ Franchisé un chef d'entreprise à part entière ;
- ✓ Indépendant juridiquement et financièrement ;
- ✓ Responsable de ses actes à part entière.

**1.2.2.6. Dépendance :**

- ✓ Franchisé doit accepter une certaine discipline ;
- ✓ Se soumettre à un certain contrôle ;
- ✓ Domination économique de fait de la part du franchiseur, pour collaborer loyalement à la réussite du réseau.

**1.2.3. L'esprit de la franchise :**

La franchise est un échange de relations commerciales, économiques et humaines constaté dans un contrat. Le franchiseur donne en licence sa marque, transmet son savoir-faire et assiste le franchisé dans son exploitation moyennant rétribution.

Franchiseur et franchisé trouvent, dans la franchise, un intérêt respectif, tout en conservant leur indépendance. Le franchiseur s'assure un développement rapide par la reproduction de sa formule ; le franchisé, quant à lui, minimise les risques de création d'entreprises.

La franchise est, avant tout, un état d'esprit allant au-delà de simples relations fournisseur client pour atteindre un fort degré de coopération entre les deux partenaires.

Mais la franchise ne se limite cependant pas à cet état d'esprit d'étroite collaboration. Elle repose sur trois autres piliers essentiels à son développement : la marque, le savoir-faire et l'assistance (technique ou commerciale).

**1.2.3.1. La marque :**

« La marque de fabrique, de commerce ou de service est un signe de représentation graphique servant à distinguer les produits ou services d'une personne physique ou morale »<sup>57</sup>.

En franchise, tout ce qui est relatif à la marque devient essentiel dès lors que celle-ci constitue un élément incorporel monnayable, pris en compte par le franchiseur et repris en compte en toute quiétude par le franchisé, d'où l'utilité de choisir sa marque avec minutie sachant qu'elle doit répondre à deux objectifs : elle doit être attrayante commercialement tout en étant forte juridiquement.

Commercialement, la marque à plusieurs fonctions :

- ✓ Une fonction de distinction ou de différenciation ;
- ✓ Une fonction d'origine ou de provenance ;
- ✓ Une fonction marketing ;
- ✓ Une fonction qualimétrique.

Pour être protégée juridiquement. La marque doit être déposée et enregistrée à l'institut National de la Propriété Industrielle (INPI).

Cette formalité permet au détenteur de la marque d'intenter une action en justice lorsqu'il y'a contrefaçon ou imitation. Le dépôt en lui-même ne constitue aucun droit ; seul l'enregistrement qui rétroagit à la date du dépôt, est constitutif de droit pour le déposant.

Le dépôt français de la marque donne droit à un délai de priorité de six mois en vue d'un dépôt international pouvant protéger la marque dans les pays couverts par la Convention de Madrid. Ces dépôts seront alors enregistrés à l'OMPI (Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle) à Genève.

Pour être valable, la marque doit répondre à certaines conditions :

- ✓ Elle ne doit pas être déceptive, c'est-à-dire qu'elle ne doit pas comporter des indications propres à tromper le public ;
- ✓ Elle doit avoir un caractère original, ce qui exclut les marques génériques ou nécessaires (celles constituées uniquement par appellation usuelle du produit ou du service désigné) ainsi que les marques descriptives (celles composées exclusivement de termes indiquant la qualité essentielle du produit ou du service, ou sa composition) ;

---

<sup>57</sup> Article L. 711-1 du code de la propriété intellectuelle.

- ✓ Elle doit être disponible, c'est-à-dire qu'un tiers n'ait pas déjà acquis de droits sur le signe choisi. Cela nécessite que le déposant effectue technologiquement des recherches d'antériorité approfondies pour éviter tout risque d'annulation de la marque ultérieurement.

Elément essentiel de la franchise, la marque est avec l'enseigne et le nom commercial, la pierre angulaire du système, quel que soit le type de franchise.

Dès la signature du contrat de franchise, le franchiseur met la marque dont il demeure propriétaire, à la disposition du franchisé, à charge pour lui de l'exploiter en veillant strictement à maintenir l'image de marque qui s'y rattache. L'image de marque est, en effet, le ciment de toute franchise, constituant le signe de ralliement pour le consommateur que l'on cherche à fidéliser.

Généralement, les contrats de franchise donnent licence de la marque à titre d'enseigne (franchise de distribution).

### **1.2.3.2. Le savoir-faire :**

Le savoir-faire est un élément inhérent à la franchise qui peut se définir comme un ensemble de connaissances pratiques relatives aux méthodes de fabrication, de commercialisation, de gestion, de financement des produits et des services.

Ce savoir-faire, expérimenté par le franchiseur, est transmissible, non immédiatement accessible au public, non breveté et confrère à celui qui le maîtrise un avantage concurrentiel.

Ce savoir-faire, expérimenté par le franchiseur, est transmissible, non immédiatement accessible au public, non breveté et confrère à celui qui le maîtrise un avantage concurrentiel.

La naissance d'un savoir-faire et sa maturation ne s'obtiennent pas par décret. Le franchiseur qui possède un savoir est d'abord celui qui possède le savoir, c'est-à-dire toutes les connaissances théoriques qui lui ont permis de mettre au point son concept, puis de l'expérimenter (mises au point, tâtonnements, découvertes de tours de main, d'originalités...) et c'est là, à ce moment, que le savoir passe dans le domaine du faire. Petit à petit, le franchiseur donnera naissance au savoir-faire, à la condition que tout ce qu'il transmettra au franchisé sera utile pour lui au moment où il le recevra.

Mais encore, le savoir-faire n'en serait pas un si, tout au long de son expérimentation, le franchiseur n'avait pas codifié le capital d'expériences négatives, soit le savoir ne pas faire (certains contrats nord-américains se limitent à des obligations « de ne pas faire »).

Enfin, le savoir doit être transmissible, il devra avoir la capacité de se décrire dans des procédures applicables par le franchisé, soit le faire savoir.

#### **1.2.3.2.1. Le savoir-faire doit être secret :**

La commission entend par là que le savoir-faire ne doit pas être connu ou doit être connu doit être difficilement accessible pour le non initié.

En outre, le Règlement précise que le terme « secret » ne doit pas être compris au sens étroit, à savoir que chaque composant individuel du savoir-faire doive être totalement inconnu ou impossible à obtenir hors des relations avec le franchiseur. En d'autres termes, on exige que le savoir-faire soit original.

#### **1.2.3.2.2. Le savoir-faire doit être substantiel :**

Le savoir-faire transmis doit être utile, nécessaire et efficient pour le franchisé en lui évitant ainsi des pertes de temps et d'argent qu'il aurait subies s'il avait dû l'acquérir par ses propres moyens. Le Règlement communautaire dispose même que « le savoir-faire doit être utile pour le franchisé en étant susceptible, à la date de conclusion de l'accord, d'améliorer sa position concurrentielle, en particulier en améliorant ses résultats ou en l'aidant à pénétrer sur son nouveau marché ».

#### **1.2.3.2.3. Le savoir-faire doit être identifié :**

Le savoir-faire doit être décrit d'une manière suffisamment complète et précise, afin de vérifier qu'il remplit les conditions de secret et de substantialité; le savoir-faire peut être ainsi identifié dans « l'accord de franchise, dans un document séparé ou sous toute autre forme approprié », pour être le plus opérationnel possible.

#### **1.2.3.3. L'assistance technique et/ou commerciale :**

La transmission du savoir-faire du franchiseur au franchisé doit s'accompagner d'une assistance technique et/ou commerciale.

Cette assistance a pour objectif de faciliter la compréhension, l'assimilation et la reproduction du savoir-faire. L'assistance doit donc préalable et postérieure à l'ouverture de l'entreprise.

La commission des communautés Européennes a rendu cette assistance technique et /ou commerciale obligatoire. En effet, le Règlement d'Exemption dispose que l'accord de franchise comprend comme troisième obligation une « fourniture continue par le franchiseur au franchisé d'une assistance commerciale ou technique pendant la durée de l'accord ».

Cette assistance peut prendre différentes formes :

#### **1.2.3.3.1. Avant l'ouverture de l'entreprise franchisée :**

Le franchisé peut bénéficier, entre autres, de :

- ✓ Sa formation et celle de son personnel ;
- ✓ Aide au choix du local ;
- ✓ Aide à la recherche du financement ;
- ✓ Etude de site.

#### **1.2.3.3.2. Après l'ouverture de l'entreprise franchisée :**

- ✓ Assistance technique et commerciale ;
- ✓ Avis conseils sur les méthodes de vente ;
- ✓ Conseils sur les méthodes de vente ;
- ✓ Aide aux campagnes publicitaires ;
- ✓ Formation dans le cadre de l'amélioration de savoir-faire ;
- ✓ Communication interne, animation ;
- ✓ Fournitures, approvisionnements ;
- ✓ Services divers.

Il va de soi que le franchiseur ne peut être tenu pour responsable que des seules fautes commises dans l'exécution de ses obligations d'assistance prévues dans le contrat.

#### **1.2.4. Typologie de la franchise:**

On distingue trois types de franchise déterminée selon la nature de l'activité du franchiseur, autrement dit selon l'objet du système franchisé :

- ✓ Franchise de distribution ;
- ✓ Franchise de services ;
- ✓ Franchise production.

**1.2.4.1. Franchise de distribution :**

Selon Jean-Marie le loup « La franchise de distribution est une franchise dans laquelle le système franchisé a pour objet la distribution d'un bien ou d'une collection de biens »

- ✓ Structures permettant le cheminement du produit de l'amont (production) vers l'aval (consommation) ;
- ✓ Ces franchises se distinguent selon la place occupée par le franchiseur dans le circuit de distribution, celui-ci pouvant être: producteur ou diffuseur.
  - **Le franchiseur est producteur :** Le franchisé recherche essentiellement l'écoulement de ses produits par l'intermédiaire des franchisés bénéficiaires de la notoriété de la marque du franchiseur.
  - **Le franchiseur est diffuseur :** Un diffuseur est celui qui injecte un produit dans un circuit de distribution sans être lui même producteur.

**1.2.4.2. Franchise de service:**

Selon Jean Marie le LOUP « Une franchise de services est une franchise dans laquelle le système franchisé a pour objet la fourniture de services. »

- ✓ **L'importance de la conceptualisation savoir faire :**

La transmission du savoir faire constitue en effet l'élément primordial de la franchise de service, permettant la valorisation de l'image de marque du réseau.

- ✓ **La Nécessité d'une assistance continue :**

Le franchiseur doit procurer en permanence un avantage concurrentiel au franchisé. Ceci en apportant des innovations nouvelles qui maintiennent l'intérêt du franchisé.

**1.2.4.3. Franchise de production:**

Selon le guide de la franchise « la franchise de production a pour objet la fabrication et la vente d'un produit, tout en intégrant au transfert de savoir faire, le processus de fabrication et commercialisation des produits ».

- ✓ Franchiseurs et franchisés sont des industriels. Le franchisé bénéficie d'une licence de marque qui lui donne le droit d'apposer cette marque sur ces propres produits ;
- ✓ Constitue un système complet de réitération de la production et de la commercialisation ;
- ✓ Peu répandue en raison de la difficulté de la conception et de la maîtrise d'un tel système (fabrication et commercialisation).

### **1.2.5. Lancement d'un réseau de franchise « être franchiseur » :**

Tout entrepreneur cherchant à se développer, est amené à faire le choix d'une stratégie. La franchise peut être en mesure d'apporter la réponse à cette attente d'expansion. Toutefois, avant de se lancer dans le montage d'un réseau, le franchiseur devra se conformer à des exigences préalables.

#### **1.2.5.1. La franchise une décision stratégique :**

##### **1.2.5.1.1. La franchise, une opération économique et financière :**

- ✓ **Autofinancer son développement :** La grande différence entre la franchise et le succursalisme réside dans l'autofinancement de son développement.

En effet, en décidant de se lancer dans la franchise ; le franchiseur s'assure une expansion rapide tout en autofinçant ses investissements. En percevant les redevances initiales forfaitaires et les redevances d'exploitation proportionnelle, il perçoit immédiatement la contrepartie financière des prestations fournies aux franchisés. Ces sommes, réinvesties dans la franchise, vont lui permettre d'améliorer de façon continue le concept en agissant sur la créativité et l'innovation.

De plus, le franchiseur aura la possibilité d'organiser de grandes campagnes publicitaires qui seront l'accélérateur de croissance pour l'ensemble de la chaîne.

- ✓ **Réaliser des économies d'échelle :** La franchise est un système de quasi-intégration verticale ce qui a pour effet de réaliser des économies d'échelle.



En effet, plus un réseau se développe et plus les quantités de produits, de services et de biens d'équipements achetés par l'ensemble de la chaîne, augmentent. De ce fait, l'accroissement des volumes d'achat permet la diminution des coûts.

L'organisation de cette économie d'échelle passera par :

- ❖ La création d'une centrale d'achats ou de référencement pour les produits ;
  - ❖ La mise en commun des services ;
  - ❖ Des appels d'offres et des soumissions : du marché au niveau national pour les équipements ;
  - ❖ La mise en place d'un marketing standardisé ;
  - ❖ La mise en place d'une communication globale.
- ✓ **Préparer des opérations financières :** La franchise permet des opérations spécifiques telles que :
- ❖ Participation des franchisés au capital social du franchiseur ;
  - ❖ Participation croisée entre les sociétés du franchisé et du franchiseur ;
  - ❖ Introduction sur les marchés boursiers cession ou partielle du réseau ;
  - ❖ Opérations de fusion ou d'absorption ;
  - ❖ Investissements à l'exportation (par voie de capitaux dans les pays destinataires de la franchise, par rapatriement de redevances et par défiscalisation, dans les pays où la législation l'autorise) ;
  - ❖ Opérations de diversification ou d'intégration verticale.

#### 1.2.5.1.2. La franchise une opération marketing et commerciale :

- ✓ **S'affirmer plus rapidement sur les marchés :** Le franchiseur présente de plus fortes garanties financières vis-à-vis de la concurrence. Grâce à l'apport des redevances et à l'organisation d'une politique de communication attrayante et efficace. Il pourra s'imposer sur les marchés et ce, rapidement.

La multiplication des points de vente lui permettra d'être présent sur tout le territoire. De plus, l'occupation des meilleurs emplacements commerciaux, de plus en plus exigée par les franchiseurs de distribution, marginalise les concurrents qui ne pourront plus qu'occuper des emplacements secondaires. Le franchiseur s'affirme plus rapidement, mais également plus facilement. Grâce au retour d'informations de franchisés et aux enquêtes menées eux après des consommateurs, le franchiseur

accèdera facilement à la connaissance des marchés locaux et à leur évolution. Les informations proviennent effectivement de commerçants souvent bien implantés dans leur milieu local, qui connaissent et comprennent le consommateur.

- ✓ **Valoriser et capitaliser la marque :** L'effet de synergie qui résulte de conquête et de l'accroissement rapide des parts de marché valorise la marque. Celle-ci est de plus en plus connue et, de ce fait, de plus en plus recherchée aussi bien par les consommateurs que par les candidats franchisés.
- ✓ **La marque :** plus forte et plus solide, accroît sa notoriété qui fait d'elle une valeur sûre. Effectivement, la marque se capitalise toute seule grâce aux investissements du franchiseur, cumulés à ceux des franchisés qui construisent ainsi l'image de marque de l'enseigne.
- ✓ **Maîtriser la distribution :** Tout producteur a pour souci de contrôler du mieux possible la distribution de ses produits jusqu'au consommateur final.

La franchise de distribution, par le jeu de la quasi-intégration, permet au franchiseur producteur de maîtriser la mise en marché de ses produits. Par la transmission du savoir-faire et de l'assistance technique, le franchiseur s'assure du respect par les franchisés des normes qu'il juge nécessaires à la commercialisation de ses produits.

Les franchisés servent de courroie de transmission entre le franchiseur et les consommateurs. Ils approvisionnent le marché et, en retour, répercutent fidèlement au franchiseur des données précises sur l'état de ce marché.

Les contrats d'approvisionnement exclusif permettent de planifier et de maîtriser la distribution pour toute la durée contractuelle.

- ✓ **Fidéliser le consommateur :** Nous sommes passés du marché de l'offre à celui de la demande. Le consommateur est devenu l'acteur principal du commerce moderne. Pour le commerçant, le consommateur est plus qu'un simple client, c'est un partenaire.

Par le retour d'informations de ses franchisés, le franchiseur peut adapter rapidement ses produits et services aux exigences de la demande. De ce fait, par l'uniformisation du réseau, un effet de synergie se crée et permet la fidélisation du consommateur satisfait par la qualité des prestations de la chaîne. Cette fidélisation se fait par la marque, au service et au produit existant ou à venir.

Au sur plus, le consommateur retrouvera les signes de ralliement d'une enseigne sur l'ensemble du territoire national ; l'harmonisation et l'unité de l'offre seront conformes à ses attentes et à ses habitudes de consommation.

**1.2.6. Avantages et inconvénients de la franchise :****1.2.6.1. Avantages :**

- ✓ Le franchisé est plus motivé au succès de son entreprise ;
- ✓ Le franchiseur se dégage des problèmes quotidiens de l'exploitation de chaque point de vente ;
- ✓ La possibilité d'une croissance plus rapide de son réseau ;
- ✓ Création de nouvelles sources de revenus ;
- ✓ Entrée plus rapide sur le marché de la concurrence ;
- ✓ Réalisation des économies d'échelle.

**1.2.6.2. Inconvénients :**

- ✓ Les profits résultants de l'exploitation de chaque établissement appartiennent aux franchisés ;
- ✓ Difficulté de revenir sur sa décision d'accorder des franchises ;
- ✓ La concurrence pour l'obtention de franchisés qualifiés devient de plus en plus forte ;
- ✓ Risque de coalition des franchisés en cas de problème ;
- ✓ Le franchiseur et ses franchisés peuvent être affectés par des problèmes qui résultent d'un point de vente ;
- ✓ Processus de recrutement long et continu ;
- ✓ Suivi et contrôle constant.

**1.3. La création par essaimage :****1.3.1. Définition de l'essaimage :**

Daval H (2000) propose la définition suivante : « L'essaimage est un processus qui se manifeste lorsqu'un employé entreprend de créer sa propre structure ou de reprendre une entité existante, indépendante de l'entreprise essaimant, en bénéficiant de la part de cette dernière qu'il quitte, de diverses formes d'appui et d'accompagnement, afin de limiter les

risques d'échec »<sup>58</sup>. C'est de créer une entreprise par un salarié qui bénéficie de l'aide de son entreprise.

Cette pratique est réalisée par les grandes entreprises qui proposent des mesures et des dispositifs destinés à inciter et à accompagner leurs salariés dans des créations d'entreprise. Les projets peuvent être variés et comprendre la création d'un commerce ou d'une entreprise industrielle l'accompagnement matériel intellectuel, commercial et financier d'une entreprise peut être de nature à réduire le niveau de risque de l'entrepreneur.

Autrement dit la création par essaimage consiste à aider un salarié à se lancer dans une activité indépendante, permet à l'entreprise de résoudre un problème ou de se restructurer. L'essaimé travaille souvent en sous-traitance pour son ancien employeur, puis petit à petit diversifie sa clientèle et conquiert son indépendance véritable. Le salarié profite d'un transfert de technologie, d'une formation et d'un programme pour assurer la réussite de son projet en plus d'être financièrement épaulé.

### **1.3.2. Les différentes formes d'essaimage d'entreprise:**

On distingue trois formes d'essaimage pour les entreprises :

#### **1.3.2.1. L'essaimage à chaud (ou social) :**

Définit toutes les pratiques d'essaimage des entreprises qui sont mises en œuvre dans le cadre d'une politique de restructuration ou en cas de sureffectif. L'employeur ici met en place des dispositifs pour encourager les salariés à partir et créer leur entreprise.

#### **1.3.2.2. L'essaimage à froid (ou actif) :**

Définit toutes les pratiques d'essaimage des entreprises qui sont mises en œuvre dans le cadre d'une politique globale des ressources humaines. L'employeur met ici en place des dispositifs qu'il promeut dans la culture d'entreprise, et ce pour attirer des personnalités « intrapreneur » dans ses effectifs, pour favoriser l'esprit d'innovation et de création.

#### **1.3.2.3. L'essaimage stratégique :**

---

<sup>58</sup> Daval H, (2000, p 92) cité par Eric Michael La violette, « L'essaimage en PME : enjeux et modalités », thèse du doctorat en sciences de gestion, université jean moulin Lyon 3, soutenue en 2005, P8.

Désigne l'accompagnement de l'employeur vers la création d'une entreprise portée par l'un de ses salariés et complémentaire au cœur de métier. Il y a ici la volonté pour l'employeur d'externaliser une activité dans le cadre d'une coopération commerciale : transfert d'une compétence, d'une technologie, exploitation d'un brevet...

### **1.3.3. La mise en œuvre de l'essaimage :**

L'essaimage peut prendre différentes formes selon les besoins de l'entreprise en place et de la future société qui sera créée. On retrouve quatre grands axes autour desquels s'articule l'essaimage :

**1.3.3.1. Le soutien financier :** Le nerf de la guerre. Ainsi, un employeur peut prendre des parts dans la création d'une entreprise par l'un de ses salariés afin de l'aider à mener à bien son projet.

**1.3.3.2. Le soutien par le conseil :** Une entreprise déjà en place et stable a généralement plein d'astuces à donner à un créateur d'entreprise. L'essaimage peut donc se traduire par des entretiens avisés afin d'aider et de conseiller le nouvel entrepreneur dans toutes ses démarches.

**1.3.3.3. Le soutien logistique :** L'entreprise peut mettre à la disposition de la nouvelle entreprise créée des locaux, des brevets, des logiciels qu'elle possède déjà mais qu'elle va alors pouvoir rentabiliser. Le soutien logistique est souvent utilisé dans un cadre stratégique notamment pour assurer la rentabilité de biens immobilisés par l'entreprise existante.

**1.3.3.4. Le soutien par le partenariat :** Il s'agit d'une forme d'externalisation puisque l'entreprise qui pratique l'essaimage cherche à trouver un nouveau partenaire à bas prix tout en lui garantissant des échanges dès le début de son activité. Cet essaimage est également pratiqué lorsque l'entreprise effectue un changement stratégique ou lorsqu'elle souhaite encourager les départs.

### **1.3.4. Les avantages et les inconvénients de la création par essaimage :**

#### **1.3.4.1. Les avantages :**

De manière générale, les entreprises créées par essaimage ont un taux de réussite plus élevé que la moyenne nationale. D'après une enquête Sine réalisée par l'INSEE, les dirigeants d'entreprise qui ont pratiqué l'essaimage auprès de leurs salariés ont annoncé une réussite de

70 à 90 % dans les 5 ans post-création pour leur effectif essaimé. Pour le salarié, l'essaimage est une aide concrète au développement de son projet, mais il est aussi une source de motivation et d'innovation plus globale. Savoir que son employeur est disponible et partenaire en cas de création de son entreprise favorise effectivement l'esprit entrepreneur de chaque personne présente dans l'effectif salarié et peut pousser tout un chacun à trouver des idées innovantes pour voler de ses propres ailes.

#### **1.3.4.1.1. Les avantages de l'essaimage pour le salarié :**

- ✓ Le fait de se faire accompagner par son entreprise employeuse engendre des avantages évidents pour le salarié ;
- ✓ En effet, l'essaimage permet au salarié de maximiser les chances de réussite de son projet entrepreneurial en bénéficiant des aides diverses apportées par l'entreprise employeuse. C'est notamment utile lorsqu'on a un projet long, innovant ou qu'on souhaite utiliser des démarches itératives comme le leanstartup ;
- ✓ Une pérennisation de l'entreprise doit également être recherch e puisque l'entreprise nouvelle a vocation à maintenir des liens économiques avec l'entreprise employeuse.

#### **1.3.4.1.2. Les avantages de l'essaimage pour l'entreprise :**

L'entreprise employeuse peut tirer profit des aides octroyées à son salarié pour la création de l'entreprise nouvelle. Sans entrer dans l'exhaustivité, les avantages pour l'entreprise employeuse peuvent être classés en trois catégories :

- ✓ Les avantages économiques :

La possibilité d'obtenir un nouveau fournisseur, l'accroissement des débouchés ou encore la cession de certains actifs non utilisés par l'entreprise représentent quelques exemples des intérêts de l'essaimage ;

- ✓ Les avantages organisationnels :

Lorsque l'entreprise présente une situation de sureffectif, l'essaimage peut être une bonne solution lui permettant de ne pas licencier des salariés en permettant à ces derniers de mener leur propre projet ;

- ✓ Les avantages en termes d'image :

Qu'elle soit ou non motivée par un besoin de réorganisation, l'aide conférée par une entreprise à ses salariés offrent toujours une bonne image auprès du public. Une telle image conduit ainsi à renforcer l'attractivité de l'entreprise.

#### **1.3.4.2. Les inconvénients :**

- ✓ Perte d'employés entrepreneurs et créatifs ;
- ✓ Pertes financières associées à certains projets risqués si l'entreprise essaillant s'implique financièrement ;
- ✓ Trop grande dépendance envers l'entreprise essaillante ;
- ✓ Fragilité et rupture de la relation avec l'entreprise essaillante ;
- ✓ Difficulté, voire impossibilité de faire évoluer la relation vers un partenariat véritable.

### **Section 02 : La reprise de l'entreprise**

Décider de racheter une entreprise dans un parcours de la vie personnelle et professionnelle représente un choix stratégique pour soi. C'est un acte à fort impact sur la dynamique de vie de chacun de ses acteurs.

#### **1. Définition de la reprise d'entreprise :**

La reprise d'entreprise présente une différence de taille avec la création d'entreprise. L'organisation existe déjà. Si elle existe, il est alors possible de s'appuyer sur des données qui la décrivent dans son présent, son histoire, sa structure et son fonctionnement. Dans ces conditions, l'incertitude est généralement moindre et les niveaux de risques sont beaucoup plus faibles. Comme pour la création d'entreprise, la reprise peut être réalisée par un individu pour son propre compte ou par une entreprise existante. Au moins, deux cas de reprise d'entreprise peuvent être distingués:

#### **1.2. La reprise d'entreprise en bonne santé :**

La principale difficulté pour acquérir ce type d'entreprise est vraisemblablement d'avoir suffisamment vite l'information qu'une telle entreprise est en vente. Ensuite, il faut pouvoir disposer de ressources financières importantes, car le prix de marché de ces entreprises est souvent très élevé. Il est indispensable d'avoir, par ailleurs, de bonnes compétences générales et une expérience de management réussie, pour ne pas perdre trop de temps dans l'apprentissage du métier de chef d'entreprise ;

**1.3. La reprise d'entreprise en difficulté :**

Il peut s'agir d'une entreprise en redressement judiciaire, et si les difficultés sont déclarées, il est indispensable de connaître le cadre légal de reprise d'entreprise en difficulté et avoir des relations avec des acteurs clés dans ce milieu. En outre, reprendre une entreprise en difficulté nécessite également une bonne connaissance des situations de crise. Car il sera question de restaurer rapidement la confiance à tous les niveaux : personnel, clients, fournisseurs, partenaires.

**2. Reprendre une entreprise étape par étape :****2.1. La préparation du projet de reprise d'entreprise :**

Une reprise d'entreprise réussie s'anticipe et se prépare. Pour bien commencer, vous devez mûrir votre projet de reprise d'entreprise. Cette réflexion doit vous amener à analyser vos motivations et vos objectifs, bien définir votre projet en listant vos critères de choix (secteur d'activité, région, industrie, taille de l'entreprise...), cibler un type d'entreprise à reprendre cohérent avec votre projet personnel, vous faire accompagner, conseiller (exemples : un conseiller des chambres consulaires, un expert-comptable, un avocat spécialisé, un notaire,...etc.).

Plus vous soignerez cette phase, plus vous serez en mesure, face à vos interlocuteurs (partenaires financiers, experts en cession et acquisition d'entreprise, etc.) de donner une image de candidat à la reprise motivé, fiable, qui sait où il va.

**2.1.1. Les facteurs de succès de la reprise d'une entreprise :**

- ✓ Fédérez vos proches dans cette nouvelle aventure, ce seront vos meilleurs alliés dès lors que vous communiquez bien avec eux et que vous savez partager vos succès ;
- ✓ Choisissez l'entreprise « qui vous parle », dans laquelle vous allez pouvoir vous épanouir car elle correspond à vos valeurs, vos envies (changer de région par exemple), vos ambitions, à l'actualité ou pas du moment (secteur innovant ou traditionnel), ...etc.
- ✓ Définissez un projet réaliste : votre entreprise devra être encore attractive dans 10 ans si vous souhaitez la vendre ;
- ✓ Ciblez petit pour grossir plus vite : mieux vaut acheter successivement plusieurs TPE qu'une grande PME très convoitée par de nombreux repreneurs ;



- ✓ Ne vous contentez pas de chercher à reprendre l'entreprise d'un patron qui part à la retraite ;
- ✓ Mobilisez l'ensemble de votre réseau personnel et professionnel ;
- ✓ Faites preuve d'humilité à l'égard des cédants ;
- ✓ Ne négligez pas le savoir-faire et la notoriété de l'entreprise et ne regardez pas uniquement les données financières pour analyser son potentiel ;
- ✓ Faites le plein de conseils extérieurs ;
- ✓ Pour calculer combien vous pouvez investir, vous devez vous assurer de bien calculer les frais en sus du prix d'achat.

### **2.2. La recherche d'une entreprise à reprendre :**

Pour trouver une entreprise à reprendre et à développer, plusieurs solutions s'offrent à vous : activer les réseaux (familial, amical et professionnel), s'adresser aux intermédiaires, se rapprocher d'experts, consultez les annonces, prospectez en direct les entreprises, accéder aux bourses de candidats cédants et repreneurs. Vous pouvez aussi publier votre « offre repreneur » sur les plateformes digitales de rencontres entrepreneuriales qui proposent un moteur de recherche, un algorithme de « matching » automatique et un t'chat pour échanger avec les cédants. Et n'oubliez pas le bouche à oreille !

### **2.3. La sélection de la cible : les premiers diagnostics de reprise d'entreprise :**

Cette première sélection est importante pour optimiser votre temps. Organisez-vous pour maximiser vos chances de trouver un dossier de reprise adéquat (c'est-à-dire conforme à votre projet de reprise d'entreprise) et faites-en sorte à travers ces premières analyses de passer très rapidement sur les dossiers qui ne présentent pas d'intérêt pour vous.

Pour vous aider à sélectionner votre cible, réalisez un "prédiagnostic reprise" pour évaluer rapidement la faisabilité de votre projet.

### **2.4. La rencontre du cédant et les premières informations recueillies :**

La rencontre avec le cédant est pour vous le moyen le plus rapide de progresser dans la compréhension du dossier, notamment si elle a lieu dans l'entreprise et pendant un jour de forte activité.

Cela vous permettra :

- ✓ De vous faire une idée du climat interne ;
- ✓ De vérifier le niveau d'information que le cédant est prêt à vous communiquer sur son entreprise ;
- ✓ D'identifier le cœur du métier, les personnes clés, afin de sentir si cette affaire est faite pour vous ;
- ✓ De mesurer le degré d'urgence de la cession envisagée, les motivations profondes du cédant ;
- ✓ De repérer les personnes susceptibles d'influer sur sa décision.

L'ambiance des échanges, la facilité d'accès à l'information, l'implication dans le projet de cession seront autant de signaux qui vous indiqueront le niveau d'engagement du cédant à transmettre son entreprise.

### **2.5. Le diagnostic et l'évaluation de l'entreprise cible :**

Au préalable, pour effectuer les différents diagnostics, il est nécessaire de collecter le maximum d'informations sur l'entreprise.

#### **2.5.1. La réalisation du diagnostic :**

Ne pas confondre avec l'audit, vous permet de vous informer progressivement sur l'entreprise, de rassembler les informations nécessaires pour prendre la décision de poursuivre ou non votre projet, puis, dans le cas d'un avis favorable, d'approcher une première valeur d'entreprise afin de construire le business plan et de commencer à organiser le montage juridique et financier.

#### **2.5.2. L'évaluation d'une entreprise :**

N'est pas une affaire purement comptable. Elle doit également prendre en compte son potentiel et son capital immatériel, notamment humain. Pour que votre évaluation soit légitime, il convient de suivre une démarche rigoureuse en 4 étapes : collecte des informations, réalisation des diagnostics, retraitements économiques et choix et application des méthodes d'évaluation.

### **2.6. La lettre d'intention et le lancement des audits :**

Vous avez mené à bien vos diagnostics et évaluations, validé un premier business plan viable de reprise, et vous envisagez donc de reprendre très sérieusement cette entreprise ? A un certain stade de vos discussions, vous, comme le cédant, pouvez ressentir le besoin de formaliser certains éléments fondamentaux du dossier :

- ✓ Le vendeur peut par exemple vous demander de clarifier et d'affirmer vos intentions avant de vous ouvrir l'accès à de nouvelles informations plus confidentielles ;
- ✓ De votre côté, vous pouvez obtenir un accord, au moins tacite, sur certains points clés avant d'engager des moyens d'étude et de passer du temps à la réalisation de l'audit d'acquisition de l'entreprise (aussi appelé due diligence) qui vous permet de fiabiliser les informations communiquées par le cédant et de vérifier si le prix de cession n'est pas surévalué.

En pratique, si vous achetez que le fonds de commerce de l'entreprise cible, on ne parle pas d'audit à proprement parler, il s'agit d'une analyse approfondie du chiffre d'affaires et des contrats.

La lettre d'intention permet alors de définir le cadre et les limites de la négociation et, pour chaque partie, d'exprimer clairement ses intentions de parvenir à la conclusion d'un contrat.

### **2.7. Le montage juridique :**

Différentes situations sont possibles, conduisant à autant de possibilités de montages juridiques.

Si vous reprenez une entreprise individuelle, vous ne pouvez reprendre que son principal actif que constitue son fonds de commerce (ou artisanal). Par contre, si vous reprenez une société, vous devrez choisir entre : reprendre son fonds (actif) ou ses titres (actif et passif). Selon l'option choisie, les conséquences juridiques, fiscales et financières seront différentes selon que l'on se place du côté du repreneur ou du côté du cédant. Par conséquent, ce choix est un élément majeur de la négociation qu'il vous faudra traiter, le plus en amont possible, avec diplomatie pour ne pas risquer de rompre les négociations avec le cédant.

### **2.8. Le business plan de reprise d'une entreprise :**

Le business plan de reprise, s'il peut paraître "scolaire", est cependant un document indispensable car il vous permet de poser noir sur blanc votre stratégie et vos objectifs, vous oblige à synthétiser l'information, et enfin et surtout, il vous oblige à vérifier que votre projet est réaliste et donc viable financièrement.

Le business plan idéal pour la reprise d'une entreprise doit être précis, concis, clair, complet et structuré:

- ✓ L'executive summary ;
- ✓ Pourquoi êtes-vous « la bonne personne » pour monter ce projet, votre projet de reprise ;
- ✓ La présentation générale de l'entreprise que vous souhaitez reprendre ;
- ✓ Les produits/services de l'entreprise ;
- ✓ La présentation du marché et de la concurrence ;
- ✓ Votre stratégie de développement de la cible ;
- ✓ Dossier financier ;
- ✓ Calendrier.

### **2.9. Le financement et les aides à la reprise d'entreprise:**

En fonction de ses caractéristiques, de son ambition et de votre situation personnelle, le financement de votre projet de reprise d'entreprise résultera de la combinaison de plusieurs sources de financement.

### **2.10. Le protocole d'accord:**

Suite logique des négociations, le protocole d'accord est l'acte qui formalise votre accord avec le cédant. Il représente l'acte juridique le plus important de l'opération de reprise car il traite généralement tous les points de la négociation, un à un. Il fixe les droits et obligations de chacune des parties, détermine les conditions et modalités correspondantes au projet de reprise et précise le reste du calendrier des opérations et actes à effectuer en vue de la réalisation de la reprise.

Cet acte engage les deux parties à devoir aller au terme du processus de reprise d'entreprise.

Le protocole d'accord peut porter sur la cession des titres (parts sociales ou actions) de la société ou sur la cession d'un fonds de commerce. Dans ce dernier cas, l'acte est souvent intitulé "compromis" ou "promesse de vente de fonds de commerce".

### **3. Les avantages et inconvénients de la reprise d'entreprise:**

La reprise d'une entreprise est une étape importante dans la vie personnelle des acteurs (repreneurs et cédants), ainsi que pour l'entreprise elle-même. Cette opération présente des avantages et des inconvénients pour chacune des parties.

#### **3.1. Les avantages d'une reprise d'entreprise :**

##### **Pour le repreneur :**

- ✓ L'entreprise existe déjà, (l'étape des deux premières années est passée) ;
- ✓ La clientèle est établie ;
- ✓ Les salariés sont formés ;
- ✓ L'aide du cédant dans la reprise facilite la bonne marche de l'entreprise ;
- ✓ Le réseau fournisseur, banque et partenaires, existe déjà ;
- ✓ La structure organisationnelle est présente.

##### **Pour le cédant :**

- ✓ Partir à la retraite en réalisant une plus value conséquente ;
- ✓ Avoir la satisfaction personnelle de savoir que son entreprise va continuer à vivre et à prospérer.

#### **3.2. Les inconvénients de la reprise d'entreprise :**

##### **Pour le repreneur :**

- ✓ Lorsque le secteur d'activité périclité ;
- ✓ Lorsque le matériel est insuffisant ou dépassé (prévoir des investissements) ;
- ✓ Dans les TPE, l'âge du dirigeant est souvent proche de celui de sa clientèle. Donc, il faut être vigilant afin de ne pas reprendre une entreprise dont les clients sont eux aussi bientôt en retraite ;
- ✓ Les entreprises saines sont onéreuses ;

- ✓ La reprise d'une entreprise exige de la part du repreneur une parfaite connaissance de l'activité ;
- ✓ Les salariés on parfois du mal à s'adapter au nouveau management ;
- ✓ Les effectifs qualifiés vieillissants sont proches de la retraite ;
- ✓ Le prix trop important peu être trop lourd pour le repreneur. En cas de baisse de l'activité, la situation devient vite ingérable.

**Pour le Cédant :**

- ✓ Le temps de l'adaptation avec le repreneur est peu ou pas rémunéré ;
- ✓ Les clauses d'Earn Out prévoyant les modalités de paiement et l'ajustement du prix peuvent être défavorables au cédant.

**Section 03 : L'intrapreneuriat**

Une autre forme différente d'entrepreneuriat, c'est l'intrapreneuriat, comme son nom le sous-entend, c'est entreprendre à l'intérieur d'une organisation déjà existante.

**1. Définition de l'intrapreneuriat :**

C'est un genre de l'entrepreneuriat par essaimage, mais en interne. En effet, dans ce cas l'employeur encourage le développement des compétences professionnelles et l'adoption de certaines habitudes entrepreneuriales au sein de l'entreprise. Cela veut dire que l'entreprise laisse à ses salariés le soin de développer en interne des projets économiques innovants, avec l'accorde d'une large liberté dans la mise en œuvre de ces projets.

Carrier (1997) présente la définition la plus complète de l'intrapreneuriat. Elle définit ce concept comme « la mise en œuvre d'une innovation par un employé, un groupe d'employés ou tout individu travaillant sous le contrôle de l'entreprise »<sup>59</sup>.

« L'intrapreneuriat est le processus par lequel un individu (ou un groupe d'individus), en association avec une organisation existante, crée une nouvelle organisation ou génère le renouvellement ou l'innovation au sein de cette organisation »<sup>60</sup>.

- ✓ Pour l'entrepreneur, cela représente une excellente opportunité d'apprentissage, d'expérimentation et de la découverte la prise de risque en moins. Il évolue tout de

---

<sup>59</sup> Revue d'ECONOMIE et de MANAGEMENT VOL. 20/N°2, 2021, p 118.

<sup>60</sup> MICHEL C, « entrepreneuriat », publié par pearson education, Paris, 2009, P 291.

même dans le giron de l'entreprise avec une restriction plus ou moins importante de la liberté d'action.

- ✓ Pour l'entreprise, l'avantage s'inscrit principalement dans l'innovation et l'aspect « ruche dynamique » notamment dans les structures de services.

## **2. La mise en place de l'intrapreneuriat :**

La mise en place de l'intrapreneuriat au sein de l'entreprise nécessite le suivi d'un processus intrapreneurial qui comporte plusieurs phases. Si celles-ci sont indiquées ici de manière linéaire et progressive, il faut savoir que l'intrapreneuriat peut se heurter à certains obstacles qui vont nécessiter des retours en arrière.

- ✓ **La phase de stimulation :** Au cours de cette phase, l'intrapreneur s'appuie sur tout un panel de données pour donner vie à une idée. Pour créer un nouveau concept, il doit entreprendre des recherches, opérer des connexions, échanger avec d'autres collaborateurs, etc.
- ✓ **La phase d'identification :** Au cours de cette phase, l'intrapreneur identifie la nouvelle idée ou le nouveau concept qu'il entend développer.
- ✓ **La phase de développement :** Au cours de cette phase, l'intrapreneur œuvre au développement de son idée afin d'en définir les contours, les éléments clés, les objectifs et bien d'autres points de manière à lui conférer de la valeur et à justifier de sa fiabilité et de ses atouts pour l'entreprise.
- ✓ **La phase de test :** Au cours de cette phase, l'intrapreneur teste le potentiel de son idée en effectuant des recherches, en interrogeant ses confrères, en sondant les clients, en essayant des techniques, etc.
- ✓ **La phase de soutien :** Au cours de cette phase, l'intrapreneur doit réussir à mobiliser le personnel et à motiver des collaborateurs au sein de l'entreprise afin de soutenir la concrétisation de son idée. Il peut, pour ce faire, rassembler une équipe de profils variés pour l'accompagner et les convaincre en leur présentant la fiabilité de son projet.
- ✓ **La phase d'autorisation :** Au cours de cette phase, l'intrapreneur doit obtenir l'autorisation de sa hiérarchie afin de mettre en œuvre son projet.

Il doit ensuite concourir à la mise en place de son idée par des actions concrètes.

- ✓ **La phase de bilan** : Au cours de cette phase, l'intrapreneur doit faire le bilan de son projet et de sa mise en œuvre. Il doit en identifier les points forts et les points faibles afin d'apporter de la valeur ajoutée aux futurs projets proposés dans le cadre de l'intrapreneuriat.

**Tableau N°05** : Entrepreneur versus intrapreneur

<b>Dimension clés</b>	<b>Entrepreneur</b>	<b>Intrapreneur</b>
Statut au sein de l'organisation	Patron ou associé	Employé
Position dans la hiérarchie organisationnelle	Dirigeant (à la tête de l'entreprise)	Variable
Motivation	Indépendance Profit Croissance de l'entreprise	Désir d'innover et de se renouveler Apprentissage Stimulation personnelle
Autonomie de décision	Quasi-totale Associés	Définie par l'entreprise tout comme sa position hiérarchique
Prise de risques	Patrimoine personnel	Crédibilité Carrière
Modes de récompense	Maintien de son autonomie Profits et ressources pour aller plus loin Profits	Salaire Primes Stock-options
Identité culturelle	Fondateur de la culture de l'organisation	Limité par la culture préexistante
Relations avec les acteurs externes	Doit vendre son projet dans l'environnement externe de l'entreprise (clients, fournisseurs, institutions financières, etc.)	Doit vendre son projet dans l'environnement interne de l'entreprise (managers)

Source : Chirita et al, 2008, p13.

Tant l'entrepreneur que l'intrapreneur ont la même passion intérieure et les mêmes qualités qui les incitent à mener un projet à terme à innover et à être prêt à gérer les échecs au



cour du projet cependant tout cela est fortement influencé pour tout le contexte au sien du quel en esprit d'entreprise se déploie ou à l'opportunité de se déployer.

### **3. Les avantages et les inconvénients de l'intrapreneuriat :**

#### **3.1. Les avantages :**

L'intrapreneuriat présente des avantages évidents pour les salariés : construire un projet sans quitter son travail, développer ses compétences (autonomie, responsabilité...), pouvoir entreprendre sans risque...

Mais l'entreprise y trouve également son compte.

Trois raisons permettent à elles seules d'expliquer pourquoi un nombre croissant d'entreprises décident chaque année de faire confiance à l'intrapreneuriat.

- ✓ **Fidéliser les salariés :** L'intrapreneuriat permet tout d'abord de fidéliser les excellents profils, et d'éviter leur départ de l'entreprise pour monter leur propre projet. Finalement, l'intrapreneuriat permet aux salariés de satisfaire leur soif d'entreprendre, sans quitter la stabilité d'un emploi salarié ni avoir à évoluer dans le cadre hiérarchique habituel.
- ✓ **Booster la compétitivité de l'entreprise :** L'intrapreneuriat permet également de donner un coup d'accélérateur à l'innovation dans l'entreprise. Il permet d'aller explorer de nouveaux projets et, partant, de nouvelles opportunités de croissance. La productivité est également impactée favorablement par l'intrapreneuriat. Les salariés intrapreneurs développent en effet de nouvelles compétences et se montrent généralement très investis. Cela peut s'inscrire dans une démarche de qualité de vie au travail.
- ✓ **Améliorer l'image de l'entreprise :** Enfin, l'intrapreneuriat renforce voire rajeunit l'image de l'entreprise. L'intrapreneuriat est vu favorablement par les salariés, de plus en plus attirés par l'entrepreneuriat. L'entreprise renforce alors son attractivité auprès des candidats à l'emploi, particulièrement des jeunes diplômés, tout comme elle le fait en mettant en place le télétravail.

**3.2. Les inconvénients :**

En dépit de ces nombreux avantages, les managers sont peu nombreux à comprendre réellement ce qu'est l'intrapreneuriat. De cette méconnaissance, découle les problèmes suivant:

- ✓ Des attentes peu réalistes ;
- ✓ Des signaux contradictoires sont envoyés aux intrapreneurs ;
- ✓ Des dispositifs approximatifs (les objectifs, les structures, et les processus sont mal alignés ; l'équilibre entre séparation et intégration est bancal ; le design des interfaces n'est pas adapté) ;
- ✓ L'appui des dirigeants n'est pas régulier.

Du côté des intrapreneurs, les problèmes sont aussi nombreux :

- ✓ Une bureaucratie réfractaire conduit certains à quitter leur organisation ;
- ✓ Certains s'usent jusqu'au burnout ;
- ✓ Les taux de transformation des idées en innovation à succès sont parfois décevants.

**Tableau N°06 :** Les formes de l'entrepreneuriat

<b>Formes entrepreneuriales</b>	<b>Définition</b>	<b>Sources</b>
Création pure d'entreprise	Une création est pure si l'activité exercée ne constitue pas la poursuite d'une activité de même type exercée antérieurement au même endroit par une autre entreprise.	Counot et Mulic(2004)
Essaimage	Pratique par laquelle une entreprise favorise le départ de certains de ses salariés et les aide à créer leur propre entreprise.	Office québécois de la langue française(2007)
Reprise d'entreprise	Achat, donation ou héritage d'une entreprise déjà existante.	Counot et Mulic(2004)
Développement et croissance d'une entreprise	Nouveaux débouchés commerciaux (produits, services, procédés) ou mise en application de meilleurs	OCDE(1998)

	moyens de répondre à la demande du moment.	
Intrapreneuriat	Développement de nouveaux projets ou de nouvelles activités ou développement des activités actuelles, à partir d'une entreprise existante, quelle que soit la taille de l'entreprise.	Carrier(2008) Dumais et coll (2005)

**Source :** Julien, P.A et Cadieux, L(2010).la mesure de l'entrepreneuriat, Rapport d'étude, institut de la statistique du Québec, page 29.

**Conclusion :**

A travers ce deuxième chapitre, nous avons présenté les différentes formes de l'entrepreneuriat à savoir : la création d'entreprise, la reprise de l'entreprise et l'intrapreneuriat. Nous ne pouvons pas préférer l'une à l'autre, car chacune de ces formes a un processus à suivre et ses avantages et inconvénients. La meilleure forme dépend de la personne en vue d'entreprendre, c'est relative à ses valeurs, ses attentes, ses objectifs, ses connaissances et ses capacités.

**CHAPITRE 03 : L'ETUDE DE CAS DES  
DIFFERENTES FORMES DE  
L'ENTREPRENEURIAT**

**Chapitre 03:****Etude de cas de différentes formes de l'entrepreneuriat****Introduction**

Le présent chapitre a pour objet d'analyser de façon approfondie, les résultats de notre étude de cas. Ce chapitre comporte deux sections. La première consacrée pour la présentation des trois entreprises concernées par notre étude de cas, à savoir la franchise « la SARL Unilait », la reprise d'entreprise « La SIMB de Béjaïa » et l'intrapreneuriat « COGB la Belle ». Puis nous allons présenter la méthodologie de la recherche. La deuxième section, consacrée à l'analyse et l'interprétation des résultats de l'étude de cas.

**Section 01 : Présentation des l'entreprises étudiées**

Cette section est consacrée pour la présentation des entreprises étudiées tel que la SARL Unilait, la SIMB de Béjaïa et la COGB la Belle.

**1. Présentation de l'entreprise SARL Unilait :****1.1. Historique de la SARL Unilait :**

La marque commerciale Toudja est affectée aux produits des eaux minérales, des boissons fruitées et des boissons gazéifiées.

L'entreprise franchiseur « limonaderie Sarl SPC GB » est fondée en 1936 par Monsieur GADOUCHE Boualem.

Les frères GADOUCHE se sont lancés à partir de 1992 dans la commercialisation d'eau gazéifiée et de jus de fruits sous la nouvelle marque « Toudja ».

Depuis les années 1990, l'entreprise Sarl SPC GB a connu un essor important à la fois dans la gamme de produits et d'emballage et dans le nombre d'unités de production sur le territoire de la wilaya de Bejaïa.


En 1996, l'entreprise inaugure une nouvelle usine moderne de production et d'embouteillage des eaux minérales naturelles dans la commune de Toudja à Bejaïa. Cette nouvelle entreprise est dénommée société des eaux de Toudja SET,

En 2003, l'entreprise inaugure une nouvelle unité spécialisée dans la production des boissons fruitées et des boissons gazéifiées embouteillée dans des bouteilles en verre. Cette nouvelle unité est dénommé la Sarl SPC GB sise à El-Kseur.

En 2014, l'entreprise inaugure une autre unité spécialisée dans la production des boissons fruitées et des boissons gazeifiées embouteillée dans des bouteilles en PET. Cette unité est dénommé « SARL Unilait » à El-Kseur.

Dans notre étude, nous nous intéressons à cette dernière unité.

**Tableau N°07** : Aperçu général sur la SARL Unilait.

Raison Social :	Unilait
Forme Juridique :	Société à responsabilité limitée (Sarl)
Adresse de l'usine :	Zone d'activité El-kseur
Activité :	Productions des boissons non alcoolisées
Gamme des produits :	Jus, Soda...
Date d'entrée en production :	2014
Logo :	

Source : document de l'entreprise.

**1.2. Les Activités du groupe Toudja :**

Différentes unités de production du groupe Toudja sont représentées dans le tableau suivant :

**Tableau N°08** : Unités de production du Groupe Toudja

Unités	Dénomination de l'entreprise	Localisation de l'unité
Mise en bouteille et stockage de jus (Carton)	Sarl Toudja SET	Zone industrielle, route des Concessions Béjaïa
Mise en bouteille et stockage d'eau minérale	Sarl Toudja SET	Zone d'activité, Larbaa Toudja
Mise en bouteille et stockage de jus (verre)	Sarl SPC GB	Zone industrielle, El-kseur Béjaïa.
Mise en bouteille et stockage de jus (PET)	SARL Unilait	Zone industrielle, El-kseur Béjaïa.
Mise en bouteille et stockage de boissons gazeuse (PET)	SARL Unilait	Zone industrielle, El-kseur Béjaïa.

Source : document de l'entreprise.

**1.3. La production de la SARL Unilait :**

La SARL Unilait de groupe Toudja est caractérisée par la fabrication des différents types de jus et des boissons gazeuses. Parmi ces derniers on trouve :

- ✓ JUS : Orange, agrumes, fruit rouge, sanguine, PAO, PMA, mandarine, charbete, et citronnade...etc.
- ✓ Boissons gazeuse : Pomme, ananas, pamplemousse, citronne, limonade, fraise, agrumes et vichy (nature et aromatisé).

#### **1.4. Organisation de l'unité :**

L'unité est composé de plusieurs services dont le service des ressources humaines, approvisionnement ; sécurité et moyens généraux, production, qualité, commercial, comptabilité et enfin le service de maintenance.

##### **1.4.1. Service des ressources humaines :**

Les ressources humaines tout considérées comme un partenaire stratégique des responsables des structures dont son rôle est de maintenir et perfectionner des procédures de gestion recueillent, formation, rémunération, social, retraite...etc.

Les ressources humaines sont pour rôle de :

- ✓ Elaboration des conditions générale (contrat CDD et CDI, période d'essai, système salariale et le système d'évaluation...etc.) ;
- ✓ Accompagne la gestion des salaires et du personnel ;
- ✓ Mettre à jour les salaires dus leurs demain de travail en leur fournissant toutes les facilités dans leurs vie professionnelle ;
- ✓ Mettre à jour toutes les fichiers du personnel ainsi les registre d'égaux vis-à vis de la loi ;
- ✓ Garanti la sécurité sociale à l'intérieur et à l'extérieur de l'entreprise vers le salaires et leurs ayant droit ...etc.

##### **1.4.2. Service approvisionnement :**

Le service d'approvisionnement est chargé de l'achat des pièces de rechange des machines pour toute l'unité de production et d'autre produits à le sucre, bouchons préformes, CO2 et la matière première...etc.

- ✓ Pièces de rechange sont fournis par plusieurs société qui se trouve sur le territoire national comme : SARL Algérie ressort, SNC boulabe boulons khene et cie, et IMCC ingénieur maintenance ...etc. Et des achats extérieurs comme SA KRONES et KOSME pour les pièces non disponibles en Algérie ;

- ✓ Les Préformes sont fournies par SGT Algérie SPA et GP GENERAL PLAST ;
- ✓ Sucre est fournie par la société GRD labelle ;
- ✓ CO2 est fournie par la société MGI (Mecheri Gaz Industriel) ;
- ✓ Bouchons est fournie par les sociétés FT trading et capsulast ;
- ✓ Matière première (la base) sont fournie par la société SARL AGHEM ;
- ✓ Etiquettes sont fournies par AURES EMBALLAGE et Roto Algérie.

#### **1.4.3. Sécurité et moyens généraux :**

Il assure l'organisation et l'optimisation de la mise à disposition des moyens et des services tous en garantissant le respect des normes et la sécurité des biens et des personnes.

#### **Activités principales**

- ✓ Proposer et faire valider par la direction générale les orientations en matière de gestion des services généraux et de la logistique ;
- ✓ Piloter et mettre en œuvre la politique de gestion des services généraux et de la logistique ;
- ✓ Appliquer et faire respecter les normes et procédures en vigueur ;
- ✓ Participer aux travaux d'installation, d'aménagement et de la maintenance des locaux ;
- ✓ Mettre en œuvre les moyens de contrôle afin de garantir la sécurité des personnes et la sûreté des biens ;
- ✓ Optimiser la gestion et l'utilisation des espaces, des mouvements et des moyens ;
- ✓ Réaliser une veille métier.

#### **1.4.4. Service production :**

Il supervise la fonction de gammes de produit et de produits plus complexe. Il fixe les objectifs de production au niveau du site et veille à l'utilisation optimale des ressources. Il est chargé de :

- ✓ Analyse des contraintes de fabrication ;
- ✓ Gestion de la fabrication ;
- ✓ Fiabilisation et amélioration des procédés ;
- ✓ Management des équipes de production ;
- ✓ Suivi des relations avec les clients et les prestations.

#### **1.4.5. Service qualité :**



Le service qualité dans une entreprise alimentaire a pour rôle d'assurer :

- ✓ La qualité de produit (Qualité nutritionnelle, sanitaire et organoleptique (gout) ;
- ✓ Des bonnes procédures des productions (en sensibilisation le personnel de l'usine aux bonnes pratiques en matière de qualité, d'hygiène et de sécurité) ;
- ✓ Amélioration et introduire des nouveaux aromes.

#### **1.4.6. Service commercial :**

Service commercial a pour missions de développement des ventes ainsi que la mise en œuvre des moyens nécessaires à la motivation de l'équipe et à la promotion des produits. Son but est d'aider les équipes commerciales à atteindre leurs objectifs.

Missions du service commercial :

- ✓ La prospection, qui est sa tâche première et qui consiste à ramener de nouveaux clients à l'entreprise ;
- ✓ La communication, qui lui permet de transmettre des informations concernant le produit ou le service aux clients ciblés ;
- ✓ La vente à proprement parler, qui vient conclure la phase de l'approche du client et de la présentation commerciale du produit ou service ;
- ✓ Analyser les marchés et les produits de la concurrence à partir de panels, études et informations commerciales ;
- ✓ Prévoir et mettre en œuvre des analyses récurrentes pour étudier l'évolution du produit ou de la marque.

#### **1.4.7. Service maintenance :**

La maintenance industrielle, qui a pour vocation d'assurer le bon fonctionnement des outils de production, est une fonction stratégique dans les entreprises pour assurer un bon rendement.

Cela liée à l'incessant développement technologique, à l'apparition de nouveaux modes de gestion, à la nécessité de réduire les coûts de production, elle est en constante évolution. Elle n'a plus aujourd'hui comme seul objectif de réparer l'outil de travail mais aussi de prévoir et éviter les dysfonctionnements. Au fil de ces changements, l'activité des personnels de maintenance a également évolué, pour combiner compétence technologiques, organisationnelles et relationnelles.

**Mission :**

Le rôle des équipes de maintenance consiste à assurer la disponibilité des équipements, c'est-à-dire à garantir leur bon fonctionnement, dans un objectifs de production de qualité au moindre cout. Ce rôle implique deux types d'intervention :

- ✓ La maintenance préventive : servent à empêcher l'apparition de pannes ou mauvais fonctionnement, il s'agit soit d'entretien au jour le jour, soit de travaux durant des arrêts programmés spécialement pour la maintenance ;
- ✓ La maintenance curative : traitent le dysfonctionnement, il s'agit du dépannage des équipements, généralement sur place, ou de la répartition du matériels ou composants défectueux, généralement en atelier ;
- ✓ La maintenance a une seconde mission de maintien des équipements en état de fonctionnement pendant une durée maximale.

**1.5. Présentation de la chaine production****1.5.1. Souffleuse :**

Réchauffer les préformes a une température avoisinant 110 C, pour qu'elle puisse leur donner la forme des bouteilles prêt à remplir, à l'aide d'un moule ou, on introduit les préformes et on y souffle par une pression de 30 bars qui sons donner par un compresseur de 40 bars.

**1.5.2. Remplisseuse :**

Les bouteilles passent par l'intermédiaire d'un élément qui s'appelle l'étoile de transfert qui permet le transfert de la bouteille de la soufflage vers la remplisseuse puis on les faire brancher par des stations de remplissage pour les remplir, et en fin les bouteilles passe par la bouchonneuse avant qu'elles sont transférés vers le convoyeur de bouteilles.

**1.5.3. Sécheurs :**

Elle s'occupe du séchage des bouteilles pour faciliter l'étape suivante, qui est l'étiquetage des bouteilles.

**1.5.4. L'étiqueteuse :**

C'est la machine qui charge de coller l'étiquette sur les bouteilles par la procédure suivant :

On fait entrer les bouteilles à l'étiqueteuse, qui permet de couper une étiquette, puis coller cette étiquette sur les bouteilles par une colle, après avoir acheminé vers le dateur pour injecter la date de fabrication, péremption et le numéro de lot sur les bouchonnes.

### **1.5.5. Fardeleuse :**

Cette machine permet de ranger les bouteilles dans des packs soit par 6 bouteilles pour les 1 L ou 2 L et 12 bouteilles pour 0.33 L qui seront enveloppés par un film thermo rétractable, après les packs seront transférés vers le four pour rétracter le film.

### **1.5.6. Le palettiseur :**

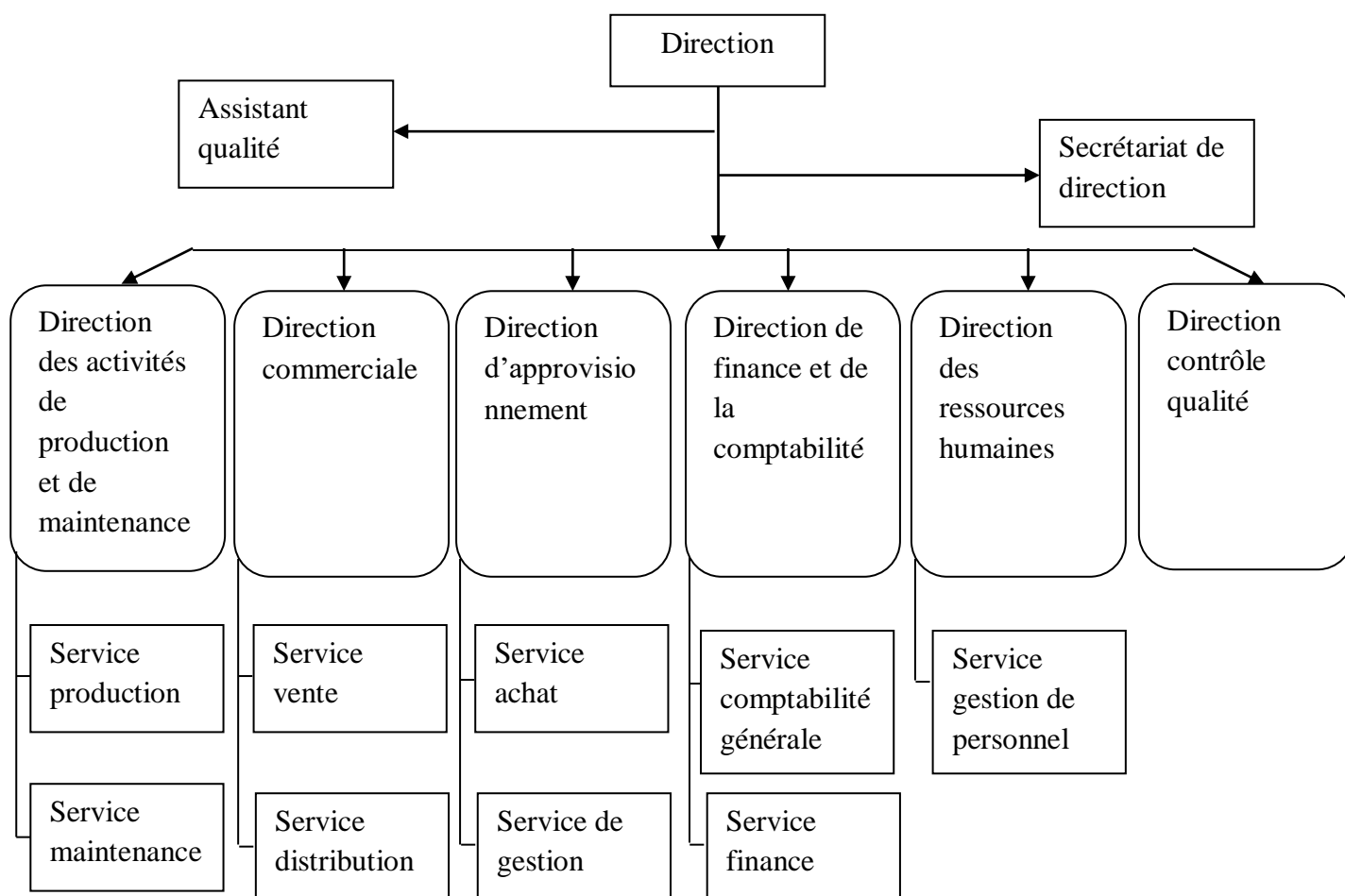
Palettisation : les packs des bouteilles sont ensuite disposés sur des palettes, puis envoyés vers le robopacks.

### **1.5.7. Robopacks :**

C'est un robot qui permet d'emballer la palette par un film étirable de la faire abréger dans le stock.

### **1.6. Présentation de l'organigramme de la SARL Unilait :**

Figure N°01: L'organigramme de l'entreprise SARL Unilait



Source : document de l'entreprise.

## 2. Présentation de l'entreprise SIMB de Béjaïa :

### 2.1. Historique de la SIMB de Béjaïa :

La société des Industries des Métaux de la wilaya de Béjaïa par abréviation (S.I.M.B) a été créée par délibération N°31/78 du 26/04/1978 de l'assemblée populaire de la wilaya de Béjaïa rendu exécutoire par l'arrêté interministériel N°4165 DEL/DUEL du 29/05/1979. A sa création l'entreprise avait pris la forme juridique d'une entreprise publique locale (EPL), elle a été transformée en entreprise publique économique (EPE), société par action (SPA) d'un capital social initial 17 000 000DA suivant la décision n°47 du 20/04/1979 du comité intersectoriel de l'entreprise publique locale.

Le capital social a été porté à 70 000 0000 DA par résolution de l'AGEX 5 (Assemblée Générale Extraordinaire) tenue le 21/03/98.

### 2.2. Objet et nature d'activité :

A sa création, la société avait pour mission la prise en charge des projets mécaniques, charpentes et plomberie. Elle avait pour objet : la fabrication, la transformation et l'usinage de pièce métalliques et mécaniques suite à la crise économique dans l'habitat (décennie noir) elle à élagué l'activité de plomberie et chauffage et l'activité mécanique et maintenance des véhicules roulant et engins pour se concentrer sur la mécanique de la seule marque PEUGEOT.

### **2.3. Moyens matériels :**

L'entreprise SIMB de Béjaïa dispose de deux centres d'activité équipés de matériels pour la fabrication et le montage de la charpente métallique, la maintenance et la réparation de véhicules de marque PEUGEOT.

- ✓ Centre d'activité d'Amizour ;
- ✓ La construction métallique (fabrication et montage) ;
- ✓ Centre d'activité de Béjaïa ;
- ✓ La distribution de véhicules PEUGEOT ;
- ✓ La vente de pièce de rechanges de marque PEUGEOT ;
- ✓ Présentation de services après vente et réparation de véhicules de marque PEUGEOT.

### **2.4. Mission des différents services :**

#### **2.4.1. Direction d'administration et des finances (DAF) :**

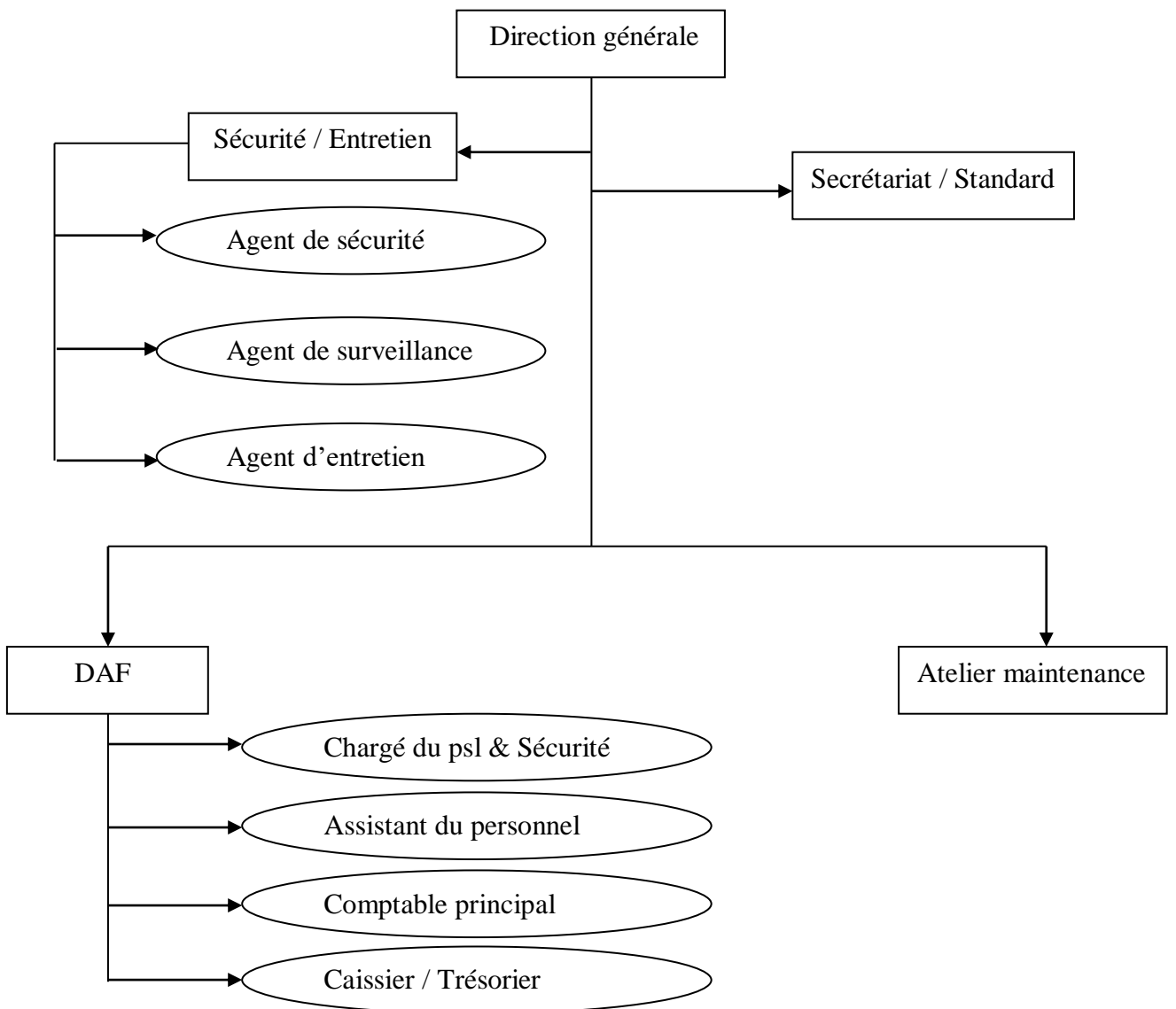
- ✓ Service personnel : ce service est composé de deux sections :
  - Section paie et sociale : sa tache est d'exploiter les différents documents pour préparer et vérifier la paie, établir toutes déclarations fiscale et sociale ainsi d'assurer les relations avec les organismes sociaux.
  - Section personnel et sécurité : son rôle est de tenir a jour le dossier personnel, élaborer des prévisions de recrutement et assurer la sécurité de l'entreprise de jour comme de nuit.
- ✓ Service administration : est un service qui comprend deux sections :
  - Section finance : elle gère les moyens financiers de l'entreprise et veille à l'exécution et contrôle de budget.

- Section comptabilité : elle est chargée de tenir la comptabilité dans les limites du PCN et des procédures mises en œuvre par l'entreprise, elle détermine et analyse tout les couts.

2.4.2. Atelier maintenance : elle a pour mission d'entretenir les machines et outils utilisés.

2.5. Présentation de l'organigramme de l'entreprise :

Figure N°02 : Organigramme de l'entreprise SIMB de Béjaïa



Source : document de l'entreprise.

**3. Présentation de l'entreprise C.O.G.B (la Belle).****3.1. Historique de la « C.O.G.B » la Belle :**

Les travaux de construction on débute au début du vingtième (20eme) siècle, ils sont effectués par la société industrielle de l'Afrique du Nord (SAIN). Son rôle consistait en extraction de l'huile d'olive et fabrication de savon.

En 1940, la société a commencé par produire ses premiers savons et le raffinage première qualité d'huile de colza et de tournesol, mais sa production a dû être arrêtée à cause de la deuxième guère mondiale mais vite reprise après la fin.

En 1953, l'entreprise s'est mise a la fabrication du savon de ménage a « mon savon » quelque années plus tard, cette entreprise a fait l'objet d'une nationalisation et ce en 1968 et rattachée à la SNCG « société nationale des corps gras ».

L'année 1973 a vu la naissance de la SOGEDIA « société, gestion et de développements des industries alimentaires » puis elle été transformée en 1982 ce qui à donné naissance à trois entreprise à savoir :

- ✓ ENCG (entreprise national des corps gras) ;
- ✓ ENCG (entreprise nationale des jus et des conserves) ;
- ✓ ENASUCRE (entreprise nationale en 1998 l'entreprise mère NCG est devenue le groupe ENC composé de cinq filiales réparties sur le territoire nationale comme suit : Béjaïa, Alger, Maghnia, Oran et Annaba.

La COGB Bejaïa est composée de deux unités de production et un seul siège social.

La COGB est entrée officiellement en partenariat avec l'entreprise « la Belle » cette dernier est une SPA avec un capital de 1.000.000.

Le 14/05/2006 avec une répartition de capital comme suit: 70% pour la belle et 30% pour le groupe ENCG.

Le capital social est partagé entre les actionnaires comme suit :

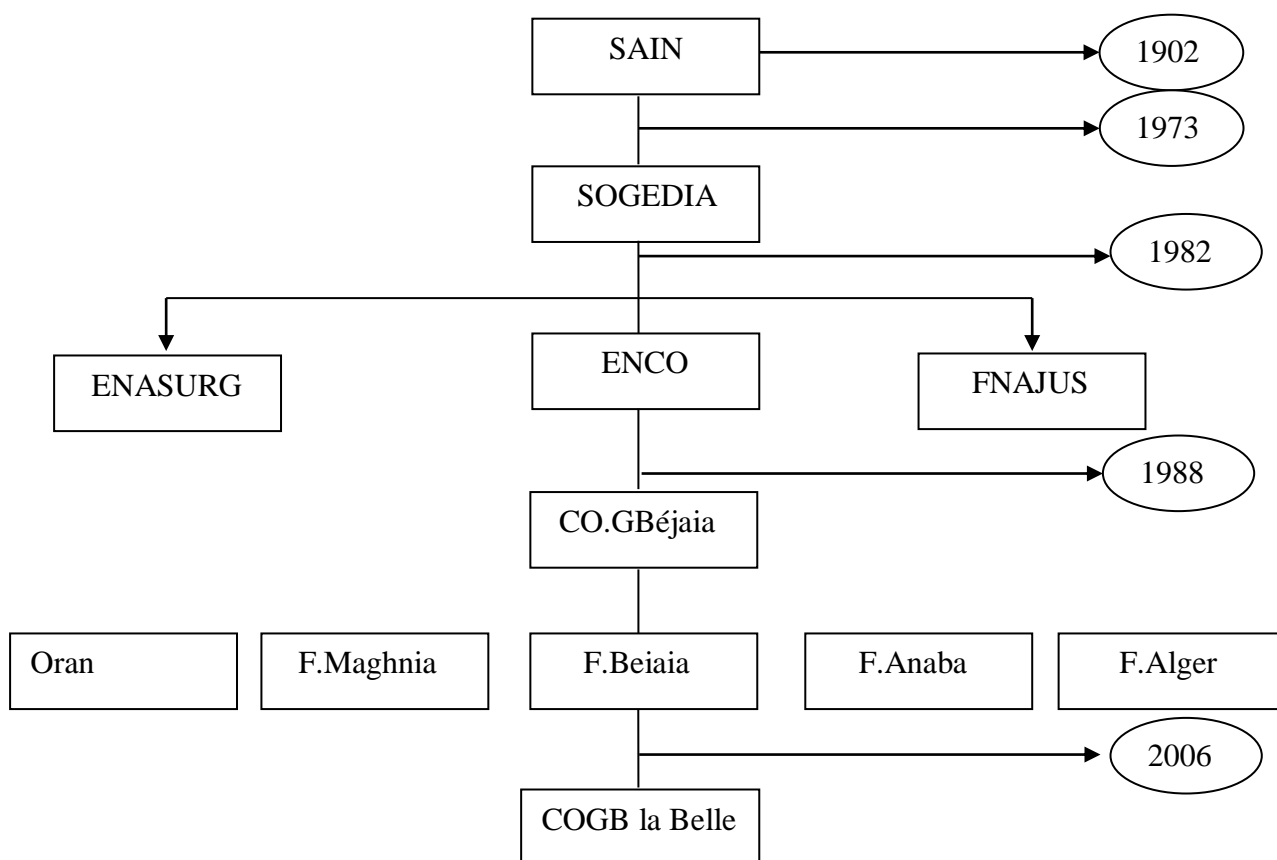
- ✓ SARL Agroalimentaire la Belle : 700.000.000 représentations 70.000. Action d'une valeur nominal de 10.000DA chacune ;

- ✓ Groupe ANGO : 300.000.000 représente 30.000 action d'une valeur nominale de 10.000DA chacune ;
- ✓ le reste répartie en action de 10.000DA chacune d'elle est par un actionnaire.

Lieu d'implantation des usines :

- Usine principale : complexe corps gras la Belle, route des Aurès 406 BP, Béjaïa ;
- Usine secondaire : savonnerie des quatre chemins BP 245, Béjaïa

Figure N°03 : Organigramme de l'évolution de COGB la Belle



Source : document de l'entreprise

Objet social :

- ✓ Raffinage conditionnement commercialisation et vents d'huile ;
- ✓ Fabrication de savon de ménage de toilette et de glycine commercialisation et ventes ;
- ✓ Fabrication de margarine PVA shortenings commercialisation et ventes ;
- ✓ Fabrication de produits dérivés d'huile, commercialisation et ventes.



**3.2. Objectif mission et activités :****3.2.1. Mission de l'entreprise :**

Les principales missions de la COGB la Belle :

- ✓ Elaborer et réaliser des plans annuels de production et de vente ;
- ✓ Assurer les ventes des produits sur le marché national au l'exploitation dans le cadre des sur plus de production.

Procédés à des études de projet pour répondre aux besoins de la demande national.

- ✓ Organiser et développer des structures de maintenance permettant d'optimiser les performances de l'appareil de production ;
- ✓ Assister les unités de production pour assurer une politique uniforme en matière production, distribution maîtrise des couts ;
- ✓ Mettre en place au développement un système de gestion en vue de satisfaire les besoins nationaux et maintenir en permanence des stocks stratégique tant en matière produites ;
- ✓ Mettre en place des voies et les moyennes en vue d'une assimilation progressive de la technologie et de 500 activités ;
- ✓ Leur métier est la transformation de matière d'origines animale végétales en vue de la fabrication de produit de grande consommation et de produits destinés l'industrie.

**3.2.2. Les objectifs de l'entreprise :**

Les objectifs tracés par l'entreprise du groupe la Belle sont :

- ✓ Satisfaire dans une large mesure les besoins nationaux des produits alimentaires ;
- ✓ Répondre aux besoins des consommateurs en termes de qualité ;
- ✓ Accroître les capacités de production par la création d'autre unité de production ;
- ✓ Lancement de nouveaux produits et élargir sa gamme de production ;
- ✓ Affiner, gérer et développer principalement les activités de production d'huile alimentaire et industrielle du savon de margarine et d'autres activités industrielle liées à son objet.

**3.2.3. Les activités de l'entreprise :**

- ✓ Fabrication de l'huile végétale ;
- ✓ Fabrication de margarine de table de feuilletage et pâtisserie ;
- ✓ Fabrication des produits végétaux aromatisés ;
- ✓ Fabrication de savon de ménage et de toilette ;

- ✓ Fabrication de graisse végétale à usage industriel de glycérine d'acide gras industriels et du savon industriel ;
- ✓ Potentiel de production et moyens de l'entreprise ;
- ✓ Potentiels de production :
  - Raffinage d'huile : 530 tonnes/j ;
  - Production de savon de ménage : 150 tonnes/j ;
  - Production savon de toilette : 10 tonnes/j ;
  - Production: glycérine : 50 tonnes/j ;
  - Production d'acides gras distillés : 20 tonnes/j ;
  - Production Margarine : 80 tonnes/j.

### **3.3. Moyens de l'entreprise :**

Nature des moyens : raffinerie, semoulerie, margarinerie, et hydrogénation. Origine des moyens : Europe, Canada.

Moyens humains :

L'effectif total de la COGB la Belle arrêté à fin exercice 2014 est de 535 agents répartis par catégorie comme suit :

- ✓ Cadres supérieurs : 7 agents ;
- ✓ Cadres : 51 agents ;
- ✓ Maitrise : 188 agents ;
- ✓ Exécution : 235 agents.

### **3.4. Les équipements de productions :**

La société COGB la Belle dispose des équipements suivants :

- ✓ Raffinage d'huile alimentaire ;
- ✓ Margarine ;
- ✓ Chaufferie ;
- ✓ Unité de conditionnement des huiles et savons ;
- ✓ Savonnerie de ménage et de toilette ;
- ✓ Distillerie des acides gras ;
- ✓ Station épuration des eaux usinées ;
- ✓ Glycérineriez.

### **3.5. Les principaux produits par l'entreprise :**

L'entreprise est spécialisée dans la fabrication des corps gras suivant :

- ✓ Usage alimentaire : Huile de table, margarine et shartenings.
- ✓ Usage domestique : Savon de ménage et savonnette.

- ✓ Usage industriel : Savon industriel type lubrification, acide gras distillé peinture, détergente.
- ✓ Usage pharmaceutique : Glycérine codex.
- ✓ Sous-produits valorisables : Résidu de distillateur des acides gras, résidu de distillation de la glycérine.

### **3.6. Les différents département et services :**

#### **3.6.1. Département des ressources humaines :**

Il s'occupe de la gestion du personnel, il est composé des sections suivantes :

- ✓ Section personnel : Cette section assure le pointage, les absences autorisées et irrégulières, elle gère aussi la carrière des travailleurs maladies et recrutements.
- ✓ Section paie : Elle s'occupe de la gestion des fiches de paie du mois.
- ✓ Section moyen généraux : La structure des moyens généraux est chargée des travaux de réparation du matériel bureau.
- ✓ Section social : Elle s'occupe de toutes les affaires sociales du personnel : les allocations familiales et la sécurité sociale.

#### **3.6.2. Département comptabilité et finance :**

Ce département est chargé d'enregistrer, d'analyser et de contrôler toutes les opérations comptables réalisées par l'entreprise et de connaître les mouvements des stocks et les existants en magasins.

#### **3.6.3. Département commerciales :**

Après le conditionnement des huiles et autres produits la direction commerciale intervient pour la commercialisation et la distribution des produits finis.

- ✓ Service d'approvisionnement : Il assure la prospection du marché et gère tous les achats du complexe en matière première et consommable, Emballages et pièces de rechange. Son fonctionnement est assuré par un ensemble de personnes chargées de la administrative.
- ✓ Services de gestion : Qui a pour principale mission de veille a l'élaboration au suivi de l'exécution des budgets de la société et la réalisation de situation. États et rapports statistiques de gestion.
- ✓ Service transport : Il est composé d'un atelier de réparation, il assure l'acheminement des matières premières et consommables vers l'entreprise et assure la distribution des produits finis aux clients.

**3.6.4. Département de production :**

Avec un effectif qui travaille 24Hh/24Hh, partagé en quatre équipes de 8H/jours.

Ce département est composé de quatre services :

- ✓ Service raffinage : Sa mission est la transformation de l'huile brute alimentaire destinée au conditionnement.
- ✓ Service conditionnement des huiles(CDH). Ce service est partagé en deux ateliers :
  - Atelier plastique : Son rôle est la fabrication de bouteille en plastique ;
  - Atelier conditionnement : Son rôle est la mise en bouteille de l'huile pour commercialisation.
- ✓ Service utilité : Il assure tous les besoin en matière d'énergie aux ateliers de production tels que la vapeur, l'eau adoucie, la dilué, l'air comprimé.

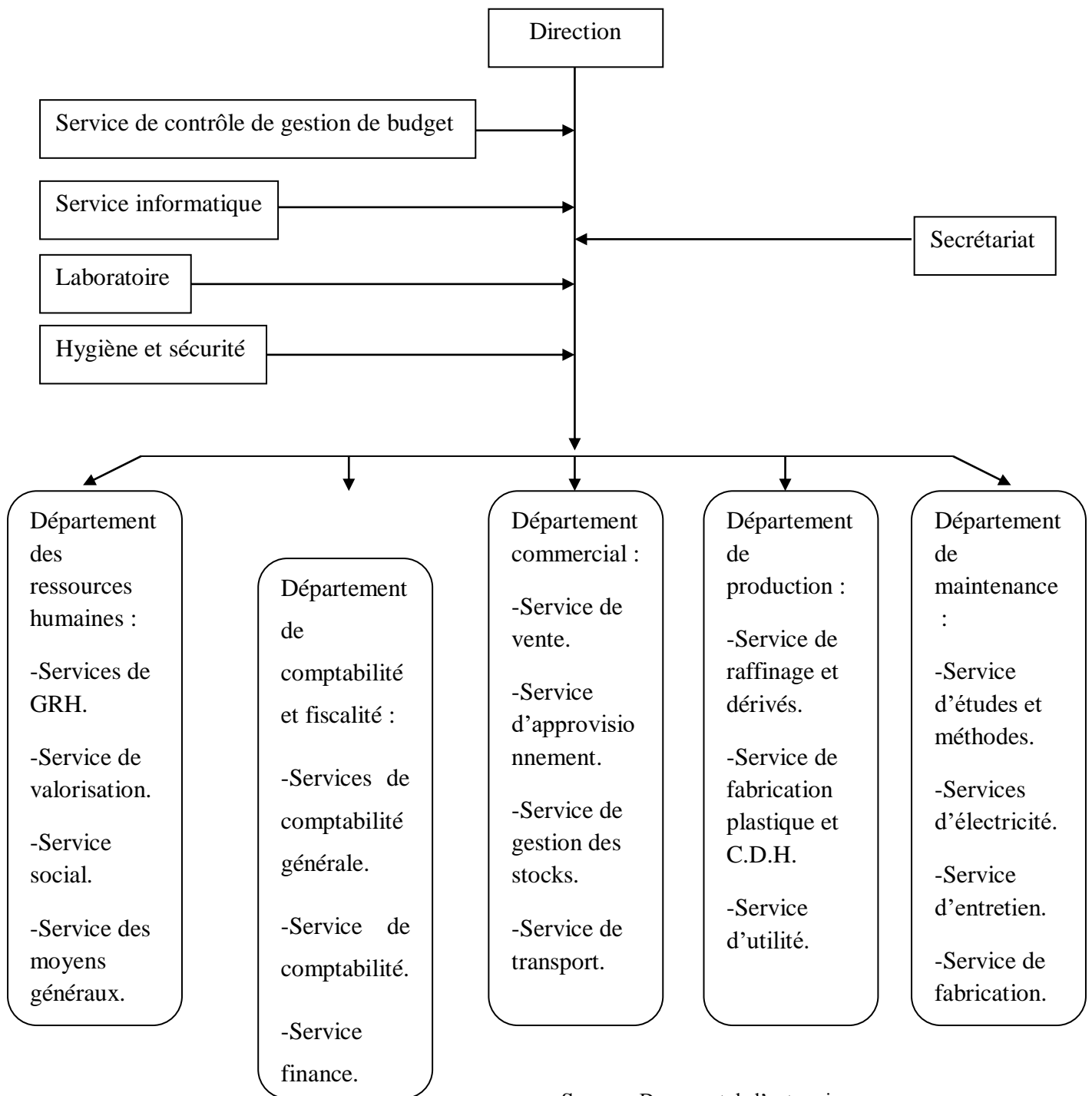
**3.6.5. Département de maintenance :**

Il est composé des quatre services :

- ✓ Service étude et méthodes : Ce service est chargé de l'organisation du département technique de renouveler les équipements, de procéder aux différents études (investissements, projet. ....).
- ✓ Service électricité : Son rôle est d'exécuter les plans d'action gérer le curatif rembobiner les moteurs électriques.
- ✓ Service de fabrication :
  - Service savonnerie : Son rôle.est la fabrication du savon de ménage, savon de toilette ainsi que la glycérine pharmaceutique.
  - Service margarine : Sa mission est la production d'hydrogène d'huile hydrogène et la margarine.

**3.7. Présentation de l'organigramme de l'entreprise :**

Figure N°04 : Organigramme de l'unité COGB la Belle



Source : Document de l'entreprise.

#### 4. La méthodologie de l'étude :

Afin de répondre au questionnement initial et de vérifier empiriquement nos hypothèses, nous avons mené une étude de cas sur le terrain au sein des entreprises de la

willaya de Béjaïa. Notre démarche consiste à distribuer des questionnaires aux chefs d'entreprises en spécifiant les différentes formes d'entrepreneuriats à savoir : nouvelle création, franchise, essaimage, reprise et intrapreneuriat.

Nous avons fait le choix d'une méthode quantitative, autour des trois entreprises par des différents questionnaires, qu'ils rassemblent des questions liées à notre étude.

#### **4.1. L'objectif de l'étude de cas :**

Notre objectif dans cette étude consiste à étudier les diverses formes de l'entrepreneuriat, en s'intéressant de près aux processus entrepreneurial suivi dans chaque entreprise et en fonction de la forme d'entrepreneuriat en question. Notre second objectif est de rendre explicite les avantages et les inconvénients rencontrés par les créateurs d'entreprise en fonction de la forme entrepreneuriale choisie.

Nous voyons que la démarche méthodologique suivie qui consiste à faire des études de cas est une excellente stratégie pour atteindre nos objectifs précédents puisqu'elle s'appuie sur un bon outil de recueil de données pertinent.

#### **4.2. L'échantillon :**

L'échantillon représente une partie de la population, comprenant au moins une personne de cette population. Dans notre travail, la population visée est l'ensemble des entreprises de la wilaya de Béjaïa.

En prenant en considération la contrainte du temps. L'échantillon d'étude est sélectionné aléatoirement est constitué de six (06) entreprises.

Notre objectif au départ est d'étudier tout les formes de l'entrepreneuriat, mais malheureusement, nous avons été entravés, du manque de temps, nous n'avons pas obtenu des réponses de certaines entreprises. Nous sommes forcé de basé uniquement sur les trois formes de l'entrepreneuriat (la franchise, la reprise de l'entreprise et l'intrapreneuriat).

A la réalisation des objectifs de ce travail, nous avons réalisé une étude de cas sur le terrain. Le choix de la taille d'échantillon est basé sur le critère de la disponibilité des entreprises à répondre à nos questionnaires. D'ailleurs, sur les six questionnaires distribués directement aux chefs d'entreprises, malheureusement, nous avons reçu que trois réponses de ces trois entreprises ; la SARL Unilait, la SIMB de Béjaïa et la COGB la Belle.

**4.3. Outil de recueil des données :****Le questionnaire :**

Un questionnaire est une technique de collecte de données quantifiables, qui se présente sous la forme d'une série de questions posées dans un ordre bien précis.

Dans le cadre de notre étude de cas, nous avons élaboré trois questionnaires destinés aux dirigeants des entreprises, un questionnaire pour chaque forme à savoir, la franchise, la reprise de l'entreprise et l'intrapreneuriat. Chaque questionnaire comporte en moyen de quarante questions, chaque questionnaire comprend deux parties, la première est relative à l'identification des entreprises étudiées elle comporte des questions sur l'année de création, la forme juridique et le secteur d'activité, elle est commune des trois questionnaires. La deuxième contient les étapes et le processus de chaque forme.

**4.4. Le déroulement de l'étude de cas et le traitement des questionnaires :**

L'enquête a été lancée au début du mois d'avril 2023. Pour répondre aux questionnaires nous avons suivi la méthode de déposer les questionnaires au niveau des entreprises pour qu'ils soient rempli à une date ultérieure. Le traitement des questionnaires c'est l'étape finale de toute investigation sur le terrain. Il s'agit de rendre utilisable l'ensemble des données recueillies, en les présentant sous forme des étapes.

**Section 02 : Analyse et interprétation des résultats de l'étude de cas**

La présente section a exposée l'analyse des questionnaires des trois entreprises étudiées à partir des réponses des dirigeants.

**1. Cas de la création par franchise : SARL Unilait**

Créer une entreprise en franchise consiste à créer une entreprise avec un accord de droit d'exploiter la même marque d'une autre entreprise mère dans un intérêt commun tout en conservant leur indépendance.

L'entreprise SARL Unilait à été créer sous la forme de franchise de la firme SARL SPC GB (société de production et de confiserie et de boissons gazeuses), de limonadier et confiseur GADOUCHE Boualam.

**1.1. Faire le point sur le projet :**

L'idée qui va aboutir à la création d'une entreprise peut avoir de nombreuses origines, elle peut être le fruit d'une expérience professionnelle, d'une formation ...etc. Dans le cas de la franchise l'idée est une conception d'accomplissement d'un ancien concept qu'on développe avec un accord juridique.

Lors de l'élaboration de la SARL Unilait de son bilan personnel afin de faire le point sur ses réussites et ses échecs, ses points forts et ses points faibles, le créateur et du fait déjà une idée sur son secteur d'activité il avait une long expérience professionnelle dans la production des boissons gazeuses c'est lui le dirigeant de l'entreprise a l'année de création.

### **1.2. L'étude du marché :**

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

Le créateur de la SARL Unilait a fait une étude de marché, documentaire et du terrain car elle permet à l'entrepreneur ou le porteur du projet de s'assurer que le produit à développer correspond aux attentes du marché ciblé à partir de la détermination des besoins du marché visé.

### **1.3. Choisir son franchiseur :**

La SARL Unilait est une entreprise créée sous la forme de la franchise de production.

Le droit de la franchise a été accordé auprès de l'entreprise SPC GB de Béjaïa sur la base de quelques critères tels que la réputation, l'ancienneté et taille du réseau de franchise, la rentabilité estimée du franchiseur, l'originalité du concept, le franchiseur a aussi mis un accent qui est essentiel et remarquable et qui a des grandes conséquences et beaucoup d'intérêt sur la capacité à se différencier des concurrents et notamment la qualité des produits ou services vendus car elle est considérée comme un véritable pilier de l'entreprise pour but d'améliorer la performance de l'entreprise.

Après avoir fait ce choix, le créateur de la SARL Unilait rentre en contact direct avec l'entrepreneur de la SPC GB de Béjaïa. La durée entre le premier contact et le début d'activité est presque d'une année.

### **1.4. Faire le business plan :**



L'élaboration du plan d'affaire est nécessaire pour l'entreprise puisqu'il est efficace pour assurer sa réussite à long terme.

Au moment de réalisation du plan d'affaire, le créateur de la SARL Unilait a présentée sa clientèle ciblée qui est de toutes les catégories, puis elle a fixée sa stratégie en termes d'objectif à atteindre.

Les prévisions financières établies dans le plan d'affaire étaient pour plus de 5 ans et cela veut dire qu'elles sont à long terme. Suite à la bonne gestion, l'entreprise a atteint ses objectifs en termes de son chiffre d'affaire.

### **1.5. Créer l'entreprise :**

En vue de sa création officielle, l'entreprise a été édifée juridiquement en SARL ce choix a été fait a la base de la fixation du montant de capitale et la limitation de la responsabilité des associés par rapport au montant de leurs apports.

La SARL Unilait se située auprès de la zone industrielle EL-Kseur Béjaïa.

### **1.6. Signer le contrat de franchise :**

✓ Présentation du contrat :

Le contrat de franchise scelle un accord par lequel l'entreprise SPC GB de Béjaïa accorde à la SARL Unilait de la commune EL-Kseur le droit d'utiliser son enseigne et son savoir-faire afin d'exploiter et commercialiser ses produits déterminer par un concept particulier et à condition d'utilisé sa marque sans modification des bases de donné et les sources.

Ce contrat a été émergé entre le franchiseur qui est la SPC GB et le franchisé qui est la SARL Unilait en 2013 pour une durée d'engagement de 10 ans.

✓ Les engagements des deux parties de la franchise :

Ce contrat de franchise s'inscrit dans le cadre d'un partenariat entre l'entreprise SPC GB et Sarl Unilait, chacune de ses parties constate son intérêt. La SPC GB peut au moyen d'accords de franchise, élargir son marché et prise de conscience de ses produits. La SARL Unilait de son coté cette franchise lui confère l'usage des marques de commerce et de forme distinctive d'emballage et de création publicitaires et

promotionnelle, soutien technique aux ventes et la commercialisation et la transmission de connaissance notamment dans le domaine de la fabrication.

Dès le début d'activité, le franchisé a confirmé que le franchiseur s'est conformé à toutes les conditions sur lesquelles il s'est engagé, et qu'il en existait un contrôle continu de celui-ci dans le cadre de son activité en raison du fait que son marché innove constamment.

a- Les engagements de franchiseur :

- ✓ Le transfert du savoir-faire ;
- ✓ Transmet également le droit d'utiliser une marque ;
- ✓ Il assure au franchisé une assistance permanente
- ✓ Assister le franchisé pour que celui-ci respecte ses normes du début jusqu'à la fin du contrat.

b- Les engagements du franchisé :

- ✓ Le paiement du droit d'entrée dans le réseau ;
- ✓ Redevances ;
- ✓ L'obligation de respecter le savoir-faire et la marque du franchiseur ;
- ✓ L'obligation de respecter les normes ;
- ✓ L'obligation de non-concurrence et l'obligation d'approvisionnement exécutif.

## **2. Cas de la reprise d'une entreprise : SIMB de Béjaïa**

La société des métaux de la wilaya de Béjaïa (SIMB) est portée un capital social de 70 000 000 DA par résolution de l'AGEX 5 assemblée générale extraordinaire, tenue le 21/03/1998. L'entreprise SIMB Béjaïa a été reprise en 2008 par ECI Boudiab auprès de l'état.

L'entreprise ECI BOUDIAB a mis en place les étapes suivantes pour la reprise de la SIMB de Béjaïa :

### **2.1. La préparation du projet :**

Le repreneur était un cadre d'entreprise de sa propre entreprise, puis son expérience professionnelle a été dirigeant. Il avait déjà une idée sur le secteur d'activité qui était l'industrie et la maintenance vu son expérience, la raison pour laquelle l'entrepreneur a créé son entreprise c'est l'offre d'une opportunité et la confiance de ses capacités.

### **2.2. La recherche d'une entreprise à reprendre :**

Dans le choix de l'entreprise à reprendre plusieurs critères ont aidé le repreneur comme : la réputation, l'ancienneté, la taille et la rentabilité estimée de l'entreprise.

Pour obtenir une évaluation de l'entreprise concernée, puis négocier les conditions de l'opération prise en charge avec un cédant, le repreneur avait demandé son aide de son réseau personnel et professionnelle, voilà comment il a découvert l'entreprise SIMB de Béjaïa qui a été cédée par l'état.

### **2.3. La rencontre du cédant et les premières informations recueillies :**

La rencontre avec son cédant (l'état) lui a permis de bien connaître l'éventuelle entreprise. Le repreneur est entré en contact avec son cédant par parution d'un air de vente privatisation, le rencontre avec le cédant pour obtenir le maximum d'information recueillies concernent :

- ✓ Présentation détaillée de l'activité de l'entreprise ;
- ✓ Les points forts et les points faibles de l'entreprise ;
- ✓ Les outils de production et la construction du chiffre d'affaire ;
- ✓ La clientèle, les concurrents et les fournisseurs ;
- ✓ Le personnel de l'entreprise, les postes stratégiques et de son organisation.

Dans l'ensemble des négociations, le cédant confirme qu'il avait été transparent vis-à-vis du repreneur. La période qui sépare la première rencontre et le début d'activité a été six ans.

### **2.4. L'évolution de l'entreprise :**

Afin d'obtenir une évaluation de l'entreprise ciblée, le repreneur a réalisé un audit d'acquisition, il a établi les documents suivants :

- ✓ Un bilan comptable ;
- ✓ Un compte de résultat prévisionnel ;
- ✓ Un bilan de financement ;
- ✓ Tableau de trésorerie.

Cela lui a permis d'obtenir l'avis d'un tiers de confiance et de confronter ses informations avec elle issues du rapport d'audit. Pour la détermination du prix d'acquisition il a suivi la méthode patrimoniale (l'entreprise vaut ce qu'elle possède).

### **2.5. Le plan de la reprise et le montage juridique :**

Dans le cadre de l'élaboration du plan de la reprise et l'audit d'acquisition, il a été accompagné par un expert comptable. Le repreneur avait suivi la filialisation de l'entreprise reprise.

Le statut juridique dans le début d'activité été Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée (EURL), après cinq ans il a changé le statut à une Société Par Action (SPA).

### **2.6. La lettre d'intension :**

Une lettre d'intension qui permet d'amorcer les discussions et favorise les négociations, a été rédigé. Elle contient : la reprise d'entreprise, achat actif et passif / réservation de l'emploi et ramène investissement.

### **2.7. Le financement et les aides à la reprise :**

Le financement du projet de reprise a été assuré par l'apport personnel de repreneur et un financement par emprunt bancaire. L'état de l'entreprise et la modalité de privatisation, ont facilité l'obtention des moyens de financement externes au repreneur. L'entreprise publique jouit d'une santé financière excellente ce qui a encouragé la banque à octroyer le crédit. Puisque la privatisation est réalisée par la cessation d'actifs, la banque n'a pas trouvé d'anomalies, puisque le crédit servira à financer l'achat d'actifs dont la valeur correspond à la valeur réelle des actifs qui seront pris comme des garanties.

Disposer de moyens financiers nécessaires est une étape très importante dans un processus de privatisation d'entreprise puisque les autorités publiques exigent au repreneur de payer en intégralité la valeur de cession de l'entreprise. D'ailleurs, dans cas de la privatisation de SIMB de Béjaïa, le repreneur a suivi la modalité de paiement immédiat.

### **2.8. Le protocole d'accord :**

Un acte juridique écrit, qui matérialise l'accorde entre l'acquéreur (ECI Boudiab) et le cédant (l'état), autrement dit « protocole d'accord » a été rédigé. Il a tenu compte des garanties actif et de passif dans le cadre de la cession.

Sa stratégie suite au rachat de l'entreprise est :

- ✓ Une partie commerciale : produits et services vendus, le prix pratiqué, le développement du CA, le plan de communication et lancement de nouveaux produits ou services...
- ✓ Une partie consacrée à la production : production actuelle, état des outils de production et changement des méthodes de fabrication...
- ✓ Une partie consacrée aux investissements : état actuel des actifs de l'entreprise et les investissements à prévoir...

Durant le début de l'activité il a eu des besoins d'accompagnement de son cédant, (tout le staff dirigeant ainsi que l'ensemble du personnel d'encadrement de maîtrise et d'exécution à été reprise). Après le relance de son activité il n'a pas eu de aucune difficulté à fédérer ses parties prenantes (employés, fournisseurs, banques...).

On dit que : « la reprise vous permettra de gagner du temps, c'est plus rapide qu'une création pure », la réponse été : ce n'est pas évident dans certains cas la création nettement avantageuse (investissement neuf, choix des créneaux d'investissement, choix des sites géographiques).

Le repreneur affirmé qu'il est prêt à reprendre une entreprise à nouveau si une opportunité offerte à lui.

### **3. Cas de l'intrapreneuriat : COGB la Belle**

La création d'une entreprise en intrapreneuriat consiste à créer une entreprise en interne.

#### **3.1. La stimulation et l'identification de l'idée :**

L'idée de la création pour le créateur de la COGB la Belle en 2006, constitue une expérience professionnelle de son projet. Avant de créer son entreprise le créateur était un étudiant universitaire, puis un salarié dans l'entreprise CO.GBéjaia créée en 1988. L'intrapreneuriat a permis à l'intrapreneur de développer son projet (idée) entrepreneurial au sein même de son lieu de travail. Dans la préparation de son bilan personnel ainsi que sur le plan financier. Lors de la création de l'entreprise, la source de financement était sa contribution personnelle à 100%, car l'entreprise n'a pas bénéficié d'un aide financière.

L'intrapreneur à rencontrer beaucoup d'obstacles et difficultés d'ordre administratif liées à la réglementation de l'activité et la sécurisation du marché. Selon lui, en Algérie il

existe beaucoup de potentiels en termes d'entrepreneuriat, il y a plus d'opportunités de la part de marché, mais aussi il existe des lacunes qu'il faut corriger.

La vision de l'intrapreneur est toujours à long terme :

- ✓ La taille de l'entreprise est grande (plus de 250).
- ✓ Le principal secteur d'activité c'est l'industrie ;
- ✓ Les prévisions établis dans le plan d'affaire et étaient à long terme (plus de 5 ans) ;
- ✓ La stratégie de la distribution était long circuit ;

La démarche administrative qu'il a suivi pour la création :

- ✓ La dénomination de l'entreprise ;
- ✓ Le contrat de l'occasion ou l'acte de propriété ;
- ✓ La création du statut ;
- ✓ L'immatriculation au CNRC ;
- ✓ La carte fiscale et le NICE ;
- ✓ L'ouverture d'un compte bancaire ;
- ✓ La publication au BOAL.
- ✓ En plus d'avoir l'autorisation d'exploitation et des différentes conformités.

### **3.2. Réaliser une étude de marché :**

Une étude de marché a été effectuée pour permettre à l'intrapreneur de faire une analyse approfondie de clients et de concurrents, voire des différentes parties prenantes de l'activité en fonction de leur impact sur son activité (distribution, donneurs d'ordres...).

Pour l'étude de son marché l'intrapreneur a :

- ✓ Effectué une recherche documentaire auprès des sources d'information existantes.
- ✓ Visité les salons, foires, expositions et autres manifestations.
- ✓ Interrogeant les professionnelles prescriptrices.
- ✓ Observant les concurrents sur le terrain.
- ✓ Le créateur est toujours à l'écoute de sa clientèle, il fait des enquêtes au près des clientes ou il utilise des sondages périodiques, pour avoir les avis de ces clientes à propos de ses produits.

L'entreprise est implantée dans la zone industrielle de la ville de Béjaïa elle est limitée par :

ALCOSTE (SPA), au sud-ouest, OUED SEGHIR et la centrale ESIMIA, au nord, la route des AURES à l'ouest et TRANSBOIS, au sud. A l'objectif de satisfaire dans une large mesure les besoins nationaux des produits alimentaires.

### **3.3. Préparation de bilan :**

L'intrapreneur n'a pas fait des études standard à savoir la matrice SWOT, PESTEL et 5+1 force de PORTER, en effet il a eu une connaissance approfondie de son secteur, les besoins de marché visé, identification de ses avantages par rapport à la concurrence et détermination de la place que l'entreprise entend occuper, préparation de son prospection, établir son offre commerciale et l'estimation des prévisions financières (le chiffre d'affaire à titre exemple).

### **3.4. Réalisation d'un plan d'affaires ou business plan :**

Au cours de la mise en œuvre du plan d'affaires, l'intrapreneur a présenté sa stratégie de répartition en long terme, sa clientèle ciblée « toutes les catégories ». Les prévisions qu'il a établi dans son plan d'affaire étaient pour long terme (plus de 5ans). Pour ce qui est du chiffre d'affaire l'entreprise à atteint ses objectifs.

### **3.5. Choisir un statut juridique adapté :**

Pour cette entreprise le choix de la forme juridique lors de la création a été effectué d'une société par action (SPA). En raison de la responsabilité limitée pour les associés, la SPA limité la responsabilité de l'actionnaire, taux d'imposition plus faible, la vente des actions d'un actionnaire.

Pour fédérer les parties prenantes de l'entreprise il n'a eu aucune difficulté, en ce qui concerne les employés, les fournisseurs et les banques...

L'intrapreneur même s'il avait une autre opportunité de créé une autre entreprise d'une autre forme, il a assuré qu'il choisirait de créé une entreprise en intrapreneuriat. Il a confirmé que cette dernière est un processus de changement visant à renouveler les pratiques de l'entreprise et à soutenir l'innovation elle est un levier principal de changement interne qui permet d'améliorer les expériences et d'encourager l'innovation dans les entreprises.

**3.6. Les prévisions financières :**

Pour définir financièrement le cout du projet afin de déterminer la rentabilité de celui-ci. Prévoir ses dépenses et ces recettes permet de vérifier la viabilité de son entreprise. L'intrapreneur à établi les plans prévisionnels suivants :

- ✓ Elaborer un plan financement (un tableau composé d'une colonne des besoins et une autre pour les ressources financières).
- ✓ Elaborer un compte de résultat prévisionnel pour un long terme (plus de 5ans).
- ✓ Elaborer un plan de trésorerie (un tableau permettant de mettre en évidence les décalages entre tous les encaissements et tous les décaissements de l'entreprise).

**4. Etude comparative des trois formes :**

Au cours de notre étude en outre des réponses que nous avons reçus, des dirigeants d'entreprises et l'analyse que nous avons menés, nous avons assuré que l'entrepreneuriat prendre diverses formes. De plus de celles déjà évoquées dans la partie théorique (la nouvelle création et la création par essaimage).

En effet, nous allons faire une étude comparative sur des trois formes entrepreneuriales étudiées, la franchise, la reprise d'entreprise et l'intrapreneuriat par rapport au certaines aspects.

En ce qui a trait à la franchise, il existe des engagements à mettre en œuvre du coté de franchisé, à savoir le paiement du droit d'entrée dans le réseau et les redevances (un pourcentage du chiffre d'affaire).

Le cas de la reprise, la constitution d'une société implique souvent de prendre des engagements (seront déterminés par le cédant), et d'accomplir des actes avant qu'elle ne soit immatriculée. Une fois créée, l'entreprise pourra ensuite reprendre en son nom les actes accomplis pour son compte durant de la période de formation.

La forme de l'intrapreneuriat, a beaucoup d'avantages et de facilité à l'intrapreneur. D'ailleurs dans notre cas toutes les prévisions ont à long terme. L'intrapreneur n'a pas fait une étude de marché, vu qu'il a une idée sur le secteur d'activité (c'est un gain en termes de temps, de l'argent et le plus rapide à la réussite de l'entreprise), le long terme de financement.



**Conclusion**

Dans ce chapitre, nous avons touché le questionnement de départ, et présenté les résultats essentiels de notre recherche à travers l'étude de cas et de l'investigation empirique réalisé. Autour des trois entreprises étudiée : la SARL Unilait, la SIMB de Béjaïa et la COGB la Belle. Puis nous avons exposé la méthodologique suivie pour le collecte des données nécessaires pour la partie pratique du travail.

A travers les réponses que nous avons reçues de la part des trois entreprises étudiées : la franchise, la reprise d'une entreprise et l'intrapreneuriat, nous avons conclu que chaque forme d'entrepreneuriat a des avantages et des inconvénients, ainsi que des étapes à suivre.

# CONCLUSION GENERALE

## **Conclusion générale**

---

### **Conclusion générale**

L'entrepreneuriat est la capacité de concrétiser une idée de ce mettre en projet, ce qui peut mener, entre autres, à la création d'une entreprise, mais cela peut mener également à l'entrepreneuriat (capacité collective et organisationnelle pour encourager et accompagner la prise d'initiatives, à tous niveaux dans une entreprise). Ainsi qu'à une plus grande employabilité (capacité d'évoluer de façon autonome à l'intérieur du travail, de façon à réaliser, de la manière durable par l'emploi, le potentiel qu'on a en soit). L'entrepreneuriat ne nécessite pas forcément la création d'une nouvelle structure ; il n'est pas non plus forcément le fait d'une seule personne, et il n'est pas fatalement couronné de succès.

L'entrepreneuriat est un moteur majeur du développement économique et social. C'est pourquoi il est essentiel d'y sensibiliser les jeunes, afin de les amener à envisager de lancer une activité nouvelle créatrice de valeur. Plus généralement, un état d'esprit entrepreneurial peut être utile au sein ou à l'extérieur de toute organisation publique ou privé, poursuivant ou non un but de profit et notre société, dans son ensemble, a besoin d'individus ayant l'esprit d'entreprendre.

L'objectif de ce mémoire intitulé « les diverses formes de l'entrepreneuriat : cas de quelques entreprises dans la wilaya de Béjaïa », c'est de répondre à la question de la problématique posée dès le début de la présente étude. (À propos des formes d'entrepreneuriat, quelles sont leurs utilités ?). Pour répondre à cette question, il faut en premier lieu répondre aux questions secondaires.

Sur la base de l'étude que nous avons menée sur les trois formes d'entrepreneuriat, et après avoir présenté la partie théorique dans les deux premiers chapitres, nous avons répondu aux trois questions secondaires, Puis nous les avons vérifiées dans le troisième chapitre, à travers notre étude sur le terrain.

D'après les résultats de notre recherche, nous avons pu confirmer nos trois hypothèses : la multiplicité des formes d'entrepreneuriat, chaque forme présente ses avantages et ses inconvénients, ainsi que chaque forme a un processus de réalisation d'un projet entrepreneurial.

Enfin, dans notre étude, nous n'avons conclu que l'intrapreneuriat plus avantageuse, est un projet qui présente plus d'opportunités (beaucoup bénéficié des études précédent de marché, des clients...). Malgré tous ces points positifs de la forme intrapreneuriat, sauf que

## **Conclusion générale**

---

cela ne peut pas sélectionner une meilleure forme, car cela dépend aux compétences du créateur, ses capacités et détermination de ses objectifs.

# BIBLIOGRAPHIE

## **LISTE DES BIBLIOGRAPHIES**

---

### **Bibliographie :**

ABI AZAR Jihan, 2011, « Les outils contrôle de Gestion dans le contexte des PME : Cas des PMI au LiBAN », P 4.

Adair, Philippe, Hamed, Yousra, 2004 « le microcrédit : une solution au financement du microcrédit au Maghreb », p 02.

Allain Fayolle, 2012 « Entrepreneuriat » Apprendre à entreprendre, Dunod, Paris, P153-157.

AMIR Omar, 2019, « Entrepreneuriat et création d'entreprise en Algérie : Approche néo-institutionnelle », thèse de Doctorat, p 27.

Article L. 711-1 du code la propriété intellectuelle.

Azzedine Tounes, 2003, « l'intention entrepreneuriale », Thèse de doctorat en sciences de gestion, université de Rouen, Paris, P 35.

Balland S, Bouvier A-M, « Management des entreprises », édition DUNOD, P 09.

BELATTAF Tarik, BARKOU Nadjim, 2020/2021, « Les déterminants de l'intention entrepreneuriale : cas des entrepreneurs de la wilaya de Béjaïa », mémoire de magister, Béjaïa.

BRENNMANN. R, SEPRI. S, (2001), « Economie d'entreprise», DUNOD, paris, P 05.

Cécile Fonrouge, « entrepreneur /manager: deux acteurs d'une même pièce », P 7.

Drucker. P, 1985, « les entrepreneurs », édition Lattés, P 58.

Emile-Michel Hernandez, 2001, « l'entrepreneuriat. Approche théorique » édition L'Harmattan.

Eric Michael La violette, 2005, « L'essaimage en PME : enjeux et modalités », thèse du doctorat en sciences de gestion, université jean moulin Lyon 3, P 08.

FELLAH Mariem, 2012/2013, « La dynamique entrepreneuriale et les déterminants à la création de l'entreprise cas de la wilaya de Béjaïa », mémoire de magister, Béjaïa.

Gartner, 1995, p 69.

GHARBI., Samia, Mars 2011, « LES PME/PMI EN ALGERIE : ETAT DES LIEU », P 05.

## **LISTE DES BIBLIOGRAPHIES**

---

- GRIM. N, 2004, « L'économie algérienne otage de la politique », édition Casbah, Alger.
- Henni, M, 2011-2012, « les entrepreneurs de TPE dans la wilaya d'Oran », magister en management des entreprise, université d'Oran, P 16.
- Hernandez E-M, 2001, « l'entrepreneuriat, approche théorique », l'Harmattan, France, P 14, 74.
- IFOURAH Hocine, 2014, « La décision de création d'entreprise et entrepreneuriat en Algérie », thèse de doctorat, P 146, 157,169.
- JANSSEN Frank, 2016, « entreprendre : une introduction à l'entrepreneuriat » 2eme édition, Paris, Edition de Boeck Supérieur, P 36, 46.
- Jeffrey A. Timmous, stephen Spinelli Jr. : la création d'une nouvelle entreprise ; l'entrepreneuriat pour le 21<sup>ème</sup> siècle. 1990\_20<sup>ème</sup> éditions.
- Journal officiel de la république Algérienne n°77,15 décembre, Chapitre, article 4, P 05.
- Julien et Marchesnay, 1996 ? Drucker, 1985.
- Julien, P.A et Cadieux, L, 2010, la mesure de l'entrepreneuriat, Rapport d'étude, institut de la statistique du Québec, P 29.
- Kirzner cité par Capron H, 2009, « Entrepreneuriat et création d'entreprises : facteurs déterminants de l'esprit d'entreprise », de Boeck, Bruxelles, P 18.
- Kizner cité par Tounes. A, décembre 2003, « l'intention entrepreneurial », thèse de doctorat en science de gestion université de ROUEN, France, P 79.
- M. Weber cité par Tounes. A, 2003, « l'intention entrepreneuriale», Thèse pour le doctorat en Science de gestion, Université de Rouen.
- MADOUI. M, BOUKRIF. M, 27 au 29 mai 2009, « De l'économie administrée à l'économie de marché. Les PME à l'épreuve de la mise à niveau des entreprises en Algérie, communication au Colloque International, INRPME-AUF-AIREPME, Canada.
- Maldonado, Carlos, 2000, « entre l'illusion de la normalisation et le laisser faire : vers la législation du secteur informel ? », Cuadermo.

## **LISTE DES BIBLIOGRAPHIES**

---

MAOUCHE Rima, 2019/2020, « L'entrepreneuriat et la création d'entreprise et accompagnement », mémoire de magister, Béjaïa.

MERZOUK.F, 2012, « PME et compétitivité en Algérie », université de Bouira, N° 12, P 02.

MICHEL Coster, 2009, « Entrepreneuriat », publié par pearson education, Paris, P 05,13, 291.

Mr OUKACI Moustafa, 2020 / 2021, « entrepreneuriat en Algérie : caractéristique, enjeux et perspectives » Thèse de Doctorat.

Pierre-André Julien et Louise Cadieux, 2010, « la mesure de l'entrepreneuriat », P 25.

Pierre-Noél Denieuil et Mohamed Madaoui, 2011, « Entrepreneurs maghrébins : Terrains en développement », Edition KARTHALA et IRMC, Paris-Tunis, P 173.

REDOUANE .A, 2009, « Développement des PME et promotion des exportations : quelle perspectives pour l'Algérie ? Cas de la wilaya de Béjaïa », mémoire de magister en science économie, UAM de Béjaïa.

REMILA Nacereddine, 2021/2022, « L'entrepreneuriat en Algérie : cas de la wilaya de Béjaïa », mémoire de magister, Béjaïa.

Revue d'ECONOMIE et de MANAGEMENT, 2021, VOL. 20/N°2, P 118.

Richard Marc Lacasse, cité par Emilie-Michel Hernandez, 1999, « le processus entrepreneurial vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat », éd L'Harmattan, Paris, P 46.

Robert D.Hitrich, Michel P.peters, 1991, « entrepreneurship : lancer, elaborer et gérer une entreprise » Economica, Paris, P 11.

Ronstadt, 1984 ; bruyat et julien, 2001.

SI LEKHAL.K, KORICHI.Y, GABOUSSA.A, 2013, « Les PME en Algérie : Etat des lieux, Contraintes et perspectives », in Revue des entreprises algériennes N°04, P 30, 39.

THUDEROZ Christian, 2010, « Qu'est ce qu'une entreprise ? », P 07, 28.

Tounes. A, « l'entrepreneur : l'odyssée d'un concept », n° 03673, P 08.

Tounes. A, 2007, « l'intention entrepreneuriale, théories et modèles », éd sanabil Med SA, paris.



## **LISTE DES BIBLIOGRAPHIES**

---

Verstraete T, 2000, « Histoire d'entreprendre, les réalités d'entrepreneuriat », Editions EMS, P 12.

VERSTRAETE Thierry et FAYOLLE Alain, 2005, « paradigmes et entrepreneuriat », Revue de l'entrepreneuriat, vol 4, N°1, P 45.

Verstraete, 2003, Dans notre thèse, l'entrepreneuriat est vu comme un phénomène conduisant à la création d'une organisation impulsée par un ou plusieurs individus s'étant associés pour l'occasion.

Zouanti. Z, « l'incubateur d'entreprise : un dispositif fondamental pour le développement de la PME algérienne », C U Khemis-Miliana, communication sur l'entrepreneuriat et innovation dans les pays en voie de développement P 208.

### **Les sites internet :**

<https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1066>

<https://www.franchise-fff.com/franchise>

[www.lemagdelentreprise.com](http://www.lemagdelentreprise.com)

<http://www.l-expert-comptable.com>

<http://www.desjardins.com>

<http://www.apitem.com>

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

## TABLE DES MATIERES

<b>Introduction générale</b> .....	<b>1</b>
<b>Chapitre 01 : Généralité sur l'entrepreneuriat</b> .....	<b>6</b>
<b>Introduction</b> .....	<b>6</b>
<b>Section 01 : Aperçue théorique de l'entrepreneuriat</b> .....	<b>6</b>
1. Le phénomène de l'entrepreneuriat .....	6
1.1. Définition de l'entrepreneuriat selon les auteurs .....	7
1.2. Les conceptions dominantes de l'entrepreneuriat.....	10
1.3. Classification de l'entrepreneuriat .....	13
<b>Section 02 : Les concepts relatifs à l'entrepreneuriat</b> .....	<b>14</b>
1. L'entrepreneur: principal acteur de l'entrepreneuriat .....	14
1.1. Définition de phénomène de l'entrepreneur .....	14
1.2. Typologie de l'entrepreneur .....	17
1.3. Les caractéristiques de l'entrepreneur .....	21
1.2.L'entreprise .....	23
1.1. Définition de l'entreprise .....	23
1.2. Catégories des entreprises .....	25
1.3. Les finalités de l'entreprise .....	28
2.4. Le cycle vie de l'entreprise .....	29
2.5. Les PME : une entité fondamentale de l'entrepreneuriat.....	30
<b>Section 03 : L'entrepreneuriat en Algérie</b> .....	<b>32</b>
1. Genèse de développement des PME en Algérie.....	32
1.1. La période 1962- 1982 .....	33
1.2. La période 1982-1988 .....	34
1.3. A partir de 1988 à nos jours .....	34
2. La PME algérienne : Evolution et développement .....	35
3. Les dispositifs d'aides à la création d'entreprises .....	36
3.1. L'Agence nationale de développement des Investissements (ANDI) .....	36
3.2. L'Agence nationale de soutien à l'Emploi de jeune (ANSEJ).....	36

3.3. L'Agence nationale de Gestion du Micro Crédit (ANGEM).....	37
3.4. La Caisse Nationale d'assurance Chômage (CNAC).....	37
4. Les entraves au développement de la PME en Algérie .....	38
4.1. Les contraintes découlant des activités informelles dites souterraines.....	38
4.2. Les contraintes liées au foncier .....	40
4.3. Les contraintes financières.....	41
4.4. Les contraintes d'ordre administratif.....	41
4.5. Les contraintes d'informations .....	41
4.6. Les contraintes relatives au marché du travail .....	42
<b>Conclusion .....</b>	<b>43</b>
<b>Chapitre 02 : Les diverses formes de l'entrepreneuriat.....</b>	<b>45</b>
<b>Introduction.....</b>	<b>45</b>
<b>Section 01 : La création d'entreprise .....</b>	<b>45</b>
1. Définition de création d'entreprise .....	45
2. Les étapes de création d'entreprise.....	46
2.1. Evaluation de l'opportunité de création d'entreprise.....	46
2.2. Conception et formulation du projet de création .....	46
2.3. Montage juridique et financement du projet .....	47
2.4. Lancement des activités .....	47
1.1. La création ex-nihilo ou la création nouvelle .....	48
1.1.1. Définition de la création ex-nihilo .....	48
1.1.2. Les étapes de création ex-nihilo .....	48
1.1.3. Les avantages et les inconvénients de la création ex-nihilo .....	51
1.2. La création par franchise .....	52
1.2.1. Définition de la création par franchise .....	52
1.2.2. Les acteurs de la franchise .....	53
1.2.3. L'esprit de la franchise.....	54

1.2.4. Typologie de la franchise .....	58
1.2.5. Lancement d'un réseau de franchise « être franchiseur » .....	60
1.2.6. Avantages et inconvénients de la franchise.....	63
1.3. La création par essaimage .....	63
1.3.1. Définition de l'essaimage.....	63
1.3.2. Les différentes formes d'essaimage d'entreprise.....	64
1.3.3. La mise en œuvre de l'essaimage .....	65
1.3.4. Les avantages et les inconvénients de la création par essaimage .....	66
<b>Section 02 : La reprise de l'entreprise .....</b>	<b>67</b>
1. Définition de la reprise d'entreprise .....	67
1.2. La reprise d'entreprise en bonne santé .....	67
1.3. La reprise d'entreprise en difficulté .....	68
2. Reprendre une entreprise étape par étape .....	68
2.1. La préparation du projet de reprise d'entreprise .....	68
2.2. La recherche d'une entreprise à reprendre .....	69
2.3. La sélection de la cible : les premiers diagnostics de reprise d'entreprise ..	69
2.4. La rencontre du cédant et les premières informations recueillies .....	69
2.5. Le diagnostic et l'évaluation de l'entreprise cible .....	70
2.6. La lettre d'intention et de lancement des audits.....	70
2.7. Le montage juridique .....	71
2.8. Le business plan de reprise d'une entreprise .....	71
2.9. Le financement et les aides à la reprise d'entreprise .....	72
2.10. Le protocole d'accord.....	72
2. Les avantages et les inconvénients de la reprise d'entreprise .....	73

<b>Section 03 : L'intrapreneuriat .....</b>	<b>73</b>
1. Définition de l'intrapreneuriat .....	73
2. La mise en place de l'intrapreneuriat .....	74
3. Les avantages et les inconvénients de l'intrapreneuriat .....	77
<b>Conclusion .....</b>	<b>79</b>
<b>Chapitre 03 : L'étude de cas des différentes formes de l'entrepreneuriat dans la wilaya de Béjaïa.....</b>	<b>81</b>
<b>Introduction.....</b>	<b>81</b>
<b>Section 01 : Présentation des l'entreprises étudiées .....</b>	<b>81</b>
1.Présentation de l'entreprise SARL Unilait .....	81
2. Présentation de l'entreprise SIMB de Béjaïa .....	88
3. Présentation de l'entreprise COGB la Belle.....	91
4. Méthodologie de l'étude de cas .....	97
<b>Section 02 : Analyse et interprétation des résultats de l'étude de cas.....</b>	<b>99</b>
1. Cas de la création par franchise : SARL Unilait .....	99
2. Cas de la reprise d'une entreprise : SIMB de Béjaïa .....	102
3. Cas de l'intrapreneuriat : COGB la Belle .....	105
4. La comparaison.....	108
<b>Conclusion .....</b>	<b>108</b>
<b>Conclusions générale .....</b>	<b>111</b>
<b>Bibliographie</b>	
<b>Tables des matières</b>	
<b>Annexes</b>	

# ANNEXES

**Université Abderrahmane Mira de Bejaia**

**Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion**

**Département des Sciences de Gestion**

### **Questionnaire**

Dans le cadre de la réalisation d'un mémoire de magistère en sciences de gestion, option Entrepreneuriat sous le thème « Les différentes formes de l'Entrepreneuriat dans la ville de Béjaïa » nous vous prions de bien vouloir répondre à ce questionnaire.

Ce questionnaire comporte une quarantaine de questions et nécessite une vingtaine de minutes pour le remplir. Mettez une croix dans la case appropriée ou remplissez les espaces ci-joints.

Merci pour votre collaboration.

**Veillez mettre une croix (X) dans les cases appropriées et remplir les espaces.**

**I. Identification :**

**1. Nom de l'entreprise :**.....

**2. Année de création de l'entreprise :**.....

**3. votre âge a l'année de création de l'entreprise :**.....

**4. Adresse de l'entreprise:**.....

**5. Votre genre :**

Masculin.

Féminin.

**6. Quel est le statut juridique de votre entreprise :**

Entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée (EURL).

Société à responsabilité limitée (SARL).

Société par action (SPA).

Société en nom collectif (SNC).

Société anonyme (SA).

**Autres, précisez :**.....

**7. Votre expérience professionnelle à l'année de Création de l'entreprise :**

Aucune.

Salarié.

Apprentis.

Dirigeant.

**7. La taille de votre entreprise selon les catégories suivantes :**

Micro entreprise (de 1 à 9 salariés).

Petit entreprise (de 10 à 49 salariés).

Moyenne entreprise (de 50 à 249 salariés).

Grande entreprise (de 250 salariés et plus).



**8. Dans quel principal secteur d'activité évolue votre entreprise ?**

a) Services.		f) BTPF.	
b) Artisanat.		g) Maintenance.	
c) Agricultures.		h) Import/ export.	
d) Transport.		i) Transformation.	
e) Industrie.		j) Profession libérale.	

**9. Forme entrepreneuriale :**

- Nouvelle création
- Reprise d'une entreprise
- Intrapreneuriat
- Franchise

**Autres :**.....

**10. Lors de la création de votre entreprise, vous avez confiance en vos capacités ?**

- Tout à fait
- Moyennement
- Faiblement

**11. Avez-vous bénéficié d'une aide financière lors de la création de votre entreprise:**

- Oui
- Non

**Si oui, quelle était cette aide :**

- ANSEJ
- CNAC
- ANDI
- Emprunt bancaire

**12. Avant de créer cette entreprise, le créateur était un :**

- Sans emploi
- Salarié

- Cadre d'entreprise
- Etudiant

**13. Qu'est ce qui vous à poussé à créer votre entreprise :**

- Le chômage
- la volonté d'être mon propre patron
- par passion pour le métier
- le poste que j'occupais ne me correspondait plus
- une opportunité s'était offerte à moi

**14. Quel a été votre source de financement initial :**

- Apport personnel
- Emprunt bancaire
- Dispositif d'aide à la création

**II. Cas de la franchise :**

**15. SARL Unilait, est-elle une franchise de :**

- Production
- Services
- Distribution

**16. Etiez-vous de la profession avant de vous lancer dans l'activité ?**

- Oui
- Non

**17. Aviez-vous une idée sur le secteur d'activité ?**

- Oui
- Non

**18. Avez-vous fait une recherche sur les réseaux de franchise que vous pourriez rejoindre ?**

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

**19. Est-ce-que vous avez fait une étude du marché ?**

- Oui
- Non

**Si oui, était-elle une étude ?**

- Documentaire
- Du terrain
- Les deux à la fois

**20. Quels sont les critères qui vous ont aidé à choisir votre franchiseur ?**

- La réputation, l'ancienneté et la taille du réseau de franchise.
- La rentabilité estimée du franchiseur.
- L'originalité du concept, la capacité à se différencier des concurrents.
- Les dispositifs d'accompagnement ou de formation proposés.
- La qualité des produits ou services vendus.

**Autre,**

**(précisez)**.....  
.....

**21. Comment êtes-vous entré en contact avec votre franchiseur ?**

.....  
.....

**22. Comment s'est déroulé la période entre votre premier contact et le début d'activité avec le franchiseur ? Et cela avait duré combien de temps ?**

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

**23. Avez-vous consulté des partenaires de votre franchiseur ?**

.....  
.....

**24. Quelle est votre clientèle ciblée ?**

.....  
.....

**25. Quelle est votre stratégie choisie ?**

.....  
.....

**26. Les prévisions que vous avez établies dans votre plan d'affaire étaient pour :**

- Le court terme (1ans).
- Le moyen terme (de 1ans à 5ans).
- Le long terme (plus de 5ans).

**27. En termes de chiffre d'affaires, avez-vous atteint vos objectifs ? Oui Non. Sur quelle base vous avez choisi votre statut juridique ?**

.....  
.....

**28. Avez-vous reçu le DIP (un document d'informations précontractuelles) de votre franchiseur avant la signature du contrat ?**

.....  
.....

**29. Quelle est la durée de l'engagement dans cette franchise ?**

.....

**30. Quels étaient vos engagements et les engagements du franchiseur ?**

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

**31. Le savoir-faire doit être identifié sous forme écrite « bible du franchisé ou package », est ce que ce document vous a été remis dès la signature du contrat ?**

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

**32. Quels sont les services que vous a apportés votre franchiseur au démarrage de votre activité ? .....**

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

**33. Votre franchiseur a-t-il concrètement respecté tous les points sur lesquels il s'était engagé ?**

- Oui
- Non

**34. Avez-vous un besoin permanent de votre franchiseur dans le cadre de votre activité ? et est-ce qu'il répond à vos attentes ?**

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

**35. Est-ce que la transparence existe dans le cadre de votre contrat de franchise ?**

.....  
.....

**36. Est-ce qu'il existe un contrôle de la part du franchiseur, qu'est ce qu'il peut vous apporter ?**

.....  
.....

**37. Si vous aviez une autre opportunité, signeriez vous, à nouveau, avec votre franchiseur ?**

.....

**38. Auriez vous pu mener à bien votre activité si vous aviez à la créée sans franchise ?**

.....

.....

**39. On dit que « la franchise vous permettra de supprimer 90% de vos risques de faillite », est-ce que c'est la réalité ?**

.....

.....

**40. Que pensez-vous de la franchise en Algérie ?**

.....

.....

.....

.....

.....

**Nous vous remercions pour votre aimable collaboration**

**Université Abderrahmane Mira de Bejaia**

**Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion**

**Département des Sciences de Gestion**

### **Questionnaire**

Dans le cadre de la réalisation d'un mémoire de magistère en sciences de gestion, option Entrepreneuriat sous le thème « Les différentes formes de l'Entrepreneuriat dans la ville de Béjaïa » nous vous prions de bien vouloir répondre à ce questionnaire.

Ce questionnaire comporte une quarantaine de questions et nécessite une vingtaine de minutes pour le remplir. Mettez une croix dans la case appropriée ou remplissez les espaces ci-joints.

Merci pour votre collaboration.

**Veillez mettre une croix (X) dans les cases appropriées et remplir les espaces.**

**I. Identification :**

**1. Nom de l'entreprise :**.....

**2. Année de reprise de l'entreprise :**.....

**3. Votre âge a l'année de reprise d'entreprise :**.....

**4. Adresse de l'entreprise:**.....

**5. Votre genre :**

Masculin.

Féminin.

**6. Quel est le statut juridique de votre entreprise :**

Entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée (EURL).

Société à responsabilité limitée (SARL).

Société par action (SPA).

Société en nom collectif (SNC).

Société anonyme (SA).

**Autres, précisez :**.....

**7. Votre expérience professionnelle à l'année de Création de l'entreprise :**

Aucune.

Salarié.

Apprentis.

Dirigeant.

**7. La taille de votre entreprise selon les catégories suivantes :**

Micro entreprise (de 1 à 9 salariés).

Petit entreprise (de 10 à 49 salariés).

Moyenne entreprise (de 50 à 249 salariés).

Grande entreprise (de 250 salariés et plus).



**8. Dans quel principal secteur d'activité évolue votre entreprise ?**

a) Services.		f) BTPF.	
b) Artisanat.		g) Maintenance.	
c) Agricultures.		h) Import/ export.	
d) Transport.		i) Transformation.	
e) Industrie.		j) Profession libérale.	

**9. Forme entrepreneuriale :**

- Nouvelle création
- Reprise d'une entreprise
- Intrapreneuriat
- Franchise

**Autres :**.....

**10. Lors de la reprise de votre entreprise, vous avez confiance en vos capacités ?**

- Tout à fait
- Moyennement
- Faiblement

**11. Avez-vous bénéficié d'une aide financière lors de la reprise de votre entreprise:**

- Oui
- Non

**Si oui, quelle était cette aide :**

- ANSEJ
- CNAC
- ANDI
- Emprunt bancaire

**12. Avant de repris cette entreprise, le créateur était un :**

- Sans emploi
- Salarié

- Cadre d'entreprise
- Etudiant

**13. Qu'est ce qui vous à poussé à repris votre entreprise :**

- Le chômage
- la volonté d'être mon propre patron
- par passion pour le métier
- le poste que j'occupais ne me correspondait plus
- une opportunité s'était offerte à moi

**14. Quel a été votre source de financement initial :**

- Apport personnel
- Emprunt bancaire
- Dispositif d'aide à la création

**II. Cas de la reprise d'entreprise :**

**15. Par quelle voie avez-vous trouvé une entreprise à reprendre ?**

- Réseau personnel et professionnel Intermédiaires
- Bourses d'opportunités ans intermédiaires

**Autre (précisez) :**.....

**16. Comment vous avez trouvé l'état de l'entreprise à reprendre?**

- En bonne santé financière
- E n mauvaises santés financières

**17. Quels sont les critères qui vous ont aidé à choisir l'entreprise à reprendre?**

- La réputation, l'ancienneté et la taille de l'entreprise.
- La rentabilité estimée de l'entreprise.
- Les dispositifs d'accompagnement ou de formation que détenait l'entreprise.
- La qualité des produits ou services vendus.

**Autre : (précisez)** .....

.....

**18. Avez-vous changé le nom de l'entreprise ?**

- Oui
- Non

**Si oui, quel était son nom ? .....**

**19. Avez-vous changé le statut juridique de l'entreprise au début ?**

- Oui
- Non

**Si oui, quel était son ancien statut juridique ?**

- SPA
- SARL
- SNC
- EURL

**Autre (précisez) : .....**

**20. Quel est le type de l'entreprise que vous avez repris?**

- Start-up
- Entreprise familiale
- Grande entreprise Avec Bonne notoriété.

**21. Aviez-vous une idée sur son secteur d'activité ?**

- Oui
- Non

**22. Comment êtes-vous entré en contact avec votre cédant ?**

.....  
.....

**23. La rencontre avec votre cédant vous a-t-elle permis de bien connaître votre éventuelle entreprise ?**

- Oui
- Non

**24. Quelles ont été les informations que vous avez pu obtenir de vos rencontres avec le cédant ?**

- Présentation détaillée de l'activité de l'entreprise.
- Les points forts et les points faibles de l'entreprise.
- Les outils de production et la construction du chiffre d'affaire.
- La clientèle, les concurrents et les fournisseurs.
- Le personnel de l'entreprise, les postes stratégiques et de son organisation.

**25. Combien avait duré la période entre la première rencontre et le début d'activité ?**

.....

**26. Avez-vous rédigé une lettre d'intention :**

- Oui
- Non

**Si oui, quel était son contenu ?**

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

**27. Avez-vous consulté des partenaires de l'entreprise ?**

.....  
.....

**28. Avez-vous réalisé un audit d'acquisition ?**

- Oui
- Non

Si oui, cela vous a permis de :

- Obtenir l'avis d'un tiers de confiance et de confronter ses informations avec celle issues du rapport d'audit.
- Détecter les risques liés à l'opération de reprise afin de prendre une décision en connaissance de cause Examiner les données comptables et financières de l'entreprise cible.

**Autre, (précisez):**.....

**29. Quelle méthode avez-vous suivi pour effectuer votre reprise ?**

- Acquisition des titres par le repreneur.
- Acquisition du fonds de commerce.
- Filialisation de l'entreprise reprise.
- Non 5 Rachat progressif des titres.

**Autre (précisez) :** .....

**30. Quelle modalité de paiement avez-vous suivi ?**

- Paiement immédiat.
- Paiement échelonné.

**Autre (précisez) :** .....

**31. Lord de la reprise, est-ce que vous avez tenu compte des éléments suivants ?**

- Du sort des dettes actuelles de l'entreprise.
- Du sort l'éventuel compte courant d'associé du cédant.
- Des garanties d'actif et de passif dans le cadre de la cession.

**32. Quelle est votre stratégie suite au rachat de l'entreprise selon les éléments suivants ?**

- Une partie commerciale : produits et services vendus, le prix pratiqué, le développement du CA, le plan de communication et lancement de nouveaux produits ou services...
- Une partie consacrée à la production : production actuelle, état des outils de production et changement des méthodes de fabrication...
- Une partie consacrée aux investissements : état actuel des actifs de l'entreprise et les investissements à prévoir...
- Une partie consacrée aux approvisionnements : les sources et les coûts d'approvisionnements actuels, le coût d'achat...
- Une partie consacrée au personnel : l'effectif actuel, embauche prévues, changement d'organisation...
- Une partie consacrée aux dépenses : les dépenses actuelles, nouvelles charges à prévoir...

**33. Avez-vous établi les documents suivants :**

- Un bilan comptable
- Un compte de résultat prévisionnel
- Un bilan de financement
- Tableau de trésorerie mensuel

**34. Est-ce que vous avez été accompagné par un expert comptable dans le cadre de l'élaboration du plan de reprise et de l'audit d'acquisition ?**

- Oui
- Non

**35. Quelle méthode avez-vous suivi pour déterminer le prix d'acquisition?**

- Méthode patrimoniale : l'entreprise vaut ce qu'elle possède.
- Méthode de rentabilité : l'entreprise vaut ce qu'elle rapportera.
- Méthode comparative : l'entreprise vaut ce que valent les autres.

**Autre méthode (précisez) :**.....

**36. Avez-vous rédigé un protocole d'accord à la fin des négociations (un acte juridique écrit et qui matérialise l'accord entre l'acquéreur et le cédant en reprenant les termes importants des négociations). ?**

- Oui
- Non

**37. Aviez-vous eu un besoin d'accompagnement de votre cédant durant le début de l'activité?**

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

**38. Est-ce que la transparence était présente dans le cadre des négociations?**

.....  
.....

**39. Aviez-vous des difficultés pour fédérer les parties prenantes de l'entreprise (employés, fournisseurs, banques...), une fois reprise ?**

.....  
.....

**40. Si vous aviez une autre opportunité, reprendriez-vous une entreprise, à nouveau, ou vous aurait choisi une autre forme d'entreprendre?**

.....

**41. On dit que « la reprise vous permettra de gagner du temps, c'est plus rapide qu'une création pure » est-ce que vous partagez cette affirmation?**

.....  
.....

**42. Si vous voulez ajouter d'autres éléments sur le processus de reprise d'entreprise, n'hésitez pas à le faire dans cet espace ?**

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

**Nous vous remercions pour votre aimable collaboration**

**Université Abderrahmane Mira de Bejaia**

**Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion**

**Département des Sciences de Gestion**

### **Questionnaire**

Dans le cadre de la réalisation d'un mémoire de magistère en sciences de gestion, option Entrepreneuriat sous le thème « Les différentes formes de l'Entrepreneuriat dans la ville de Béjaïa » nous vous prions de bien vouloir répondre à ce questionnaire.

Ce questionnaire comporte une quarantaine de questions et nécessite une vingtaine de minutes pour le remplir. Mettez une croix dans la case appropriée ou remplissez les espaces ci-joints.

Merci pour votre collaboration.

**Veillez mettre une croix (X) dans les cases appropriées et remplir les espaces.**



## **I. Identification :**

**1. Nom de l'entreprise :**.....

**2. Année de création de l'entreprise :**.....

**3. Votre âge a l'année de création de l'entreprise :**.....

**4. Adresse de l'entreprise:**.....

### **5. Votre genre :**

Masculin.

Féminin.

### **6. Quel est le statut juridique de votre entreprise :**

Entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée (EURL).

Société à responsabilité limitée (SARL).

Société par action (SPA).

Société en nom collectif (SNC).

Société anonyme (SA).

**Autres, précisez :**.....

### **7. Votre expérience professionnelle à l'année de Création de l'entreprise :**

Aucune.

Salarié.

Apprentis.

Dirigeant.

### **8. La taille de votre entreprise selon les catégories suivantes :**

Micro entreprise (de 1 à 9 salariés).

Petit entreprise (de 10 à 49 salariés).

Moyenne entreprise (de 50 à 249 salariés).

Grande entreprise (de 250 salariés et plus).

### **9. Dans quel principal secteur d'activité évolue votre entreprise ?**

a) Services.		f) BTPF.	
b) Artisanat.		g) Maintenance.	
c) Agricultures.		h) Import/ export.	
d) Transport.		i) Transformation.	
e) Industrie.		j) Profession libérale.	

**10. Forme entrepreneuriale :**

- Nouvelle création
- Reprise d'une entreprise
- Intrapreneuriat
- Franchise

Autres :.....

**11. Niveau d'instruction :**

- Primaire
- Moyenne
- Secondaire
- Universitaire
- Formation professionnelle
- Aucun niveau

**12. Lors de la création de votre entreprise, vous avez confiance en vos capacités ?**

- Tout à fait
- Moyennement
- Faiblement

**13. Avez-vous bénéficié d'une aide financière lors de la création de votre entreprise:**

- Oui
- Non

**Si oui, quelle était cette aide :**

- ANSEJ

- CNAC
- ANDI
- Emprunt bancaire

**14. Avant de créer cette entreprise, le créateur était un :**

- Sans emploi
- Salarié
- Cadre d'entreprise
- Etudiant

**15. Qu'est ce qui vous à poussé à créer votre entreprise :**

- Le chômage
- la volonté d'être mon propre patron
- par passion pour le métier
- le poste que j'occupais ne me correspondait plus
- une opportunité s'était offerte à moi

**16. Quel a été votre source de financement initial :**

- Apport personnel
- Emprunt bancaire
- Dispositif d'aide à la création

**II. Cas de l'intrapreneuriat :**

**17. Est-ce-que vous avez fait une étude du marché ?**

- Oui
- Non

**Si oui, était-elle une étude ?**

- Documentaire
- Du terrain
- Les deux à la fois

**18. Comment vous avez trouvé l'idée de votre entreprise ?**

- Une innovation

- Continuité entre votre expérience professionnelle et votre projet
- Un besoin non satisfait

**19. Aviez-vous une idée sur ce secteur d'activité ?**

- Oui
- Non

**20. Aviez-vous fait appel aux différents outils spécifiques à étudier le marché ?**

- La matrice SWOT
- La matrice PESTEL
- La matrice des 5+1 forces de PORTER

**21. Qu'est-ce que cela vous a permis de**

- Obtenir une connaissance approfondie de son secteur, les besoins du marché visé
- Identifier vos avantages par rapport à la concurrence et déterminer la place que l'entreprise entend occuper
- Préparer votre prospection, établir votre offre commerciale et estimer les prévisions financières (le CA à titre d'exemple).

**Autres :(précisez).....**  
 .....  
 .....

**22. Comment avez-vous effectué votre étude du marché ?**

- Effectuant une recherche documentaire auprès des sources d'informations existantes
- Récoltant les informations parues dans la presse émanant de la concurrence
- Visitant les salons, foires, expositions et autres manifestations
- Interrogeant les professionnels, prescripteurs, donneurs d'ordre et fournisseurs
- Menant une enquête par questionnaire, entretiens ou mini-test auprès de la clientèle potentielle.
- Observant les concurrents sur le terrain.

**Autres : (précisez).....**  
 .....  
 .....

**23. Quelle est votre clientèle ciblée ?**

.....  
.....

**24. Quelle est votre stratégie choisie ?**

.....  
.....

**25. Quelles sont les exigences de l'intrapreneuriat pour vous ?**

.....  
.....

**26. Les prévisions que vous avez établi dans votre plan d'affaire étaient pour :**

- Court terme (1ans)
- Moyen terme (de 1an à 5ans)
- Long terme (plus de 5ans)

**27. En termes de chiffre d'affaires, avez-vous atteint vos objectifs ?**

- Oui
- Non

**Sur quelle base vous avez choisi votre statut juridique ?**

.....  
.....

**28. Avez-vous fait une étude financière de votre projet ?**

- Oui
- Non

**29. Quelle est votre stratégie de prix ?**

- Stratégie d'écrémage
- Stratégie de pénétration
- Stratégie d'imitation

**30. Quelle est votre stratégie de communication ?**

- Publicité à travers les médias (TV, réseaux sociaux,...)
- Stands et panneaux publicitaires
- Partenariat
- Sponsoring.

Autres :

(précisez).....  
.....

**31. Quelle est votre stratégie de distribution ?**

- Court circuit (entreprise-consommateurs)
- Moyen circuit (entreprise-détaillants-consommateurs)
- Long circuit (entreprise-grossistes-détaillants-consommateurs)

**32. Si oui, avez-vous établi les plans prévisionnels suivants :**

- Elaborer un plan de financement (un tableau composé d'une colonne des besoins et une autre pour les ressources financières il faudra trouver une solution pour équilibrer entre les deux)
- Elaborer un compte de résultat prévisionnel (permet d'avoir une vue générale de la vie de l'entreprise pendant une période déterminée)
- Elaborer un plan de trésorerie (un tableau permettant de mettre en évidence les décalages entre tous les encaissements et tous les décaissements de l'entreprise au cours d'une période donnée).

**33. Ces prévisions que vous avez établi dans les plans précédents étaient pour :**

- Court terme (1 an)
- Moyen terme (de 1 an à 5 ans)
- Long terme (plus de 5 ans).

**34. Quelle était la démarche administrative que vous avez suivie pour la création définitive de votre entreprise ?**

- La dénomination de l'entreprise ;
- Le contrat de location ou l'acte de propriété

- La création du statut
- L'immatriculation au CNRC
- La carte fiscale et le NIS
- L'ouverture d'un compte bancaire
- La publication au BOAL.

**Autres : (précisez)**.....  
.....  
.....

**35. Quel est l'intérêt de l'intrapreneuriat dans le cadre de votre entreprise ?**

.....  
.....

**36. Quels ont été les obstacles qui ont freiné votre démarche?**

- D'ordre administratif
- D'ordre financier

Autres :(précisez).....  
.....  
.....

**37. Aviez-vous des difficultés pour fédérer les parties prenantes de l'entreprise (employés, fournisseurs, banques...)?**

.....  
.....

**38. Quel son les étapes clés que vous avez suivez dans votre développement ?**

.....  
.....

**39. Que peut faire une entreprise pour encourager l'intrapreneuriat ?**

.....  
.....

**40. Vous pensez quoi de l'intrapreneuriat en Algérie ?**

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

**Nous vous remercions pour votre aimable collaboration**



**Les diverses formes de l'entrepreneuriat :  
Cas de quelques entreprises dans la willaya de Bejaïa**

**Résumé**

L'entrepreneuriat est le processus qui consiste à créer de la richesse et d'emploi. En effet, en décision de création de l'entreprise de création de l'entreprise est souvent influencée par des facteurs environnementaux ayant un rapport avec le milieu familial. L'objectif de notre travail est de s'interroger sur les formes de l'entrepreneuriat (la nouvelle création, la création par essaimage, la franchise, la reprise d'entreprise et l'intrapreneuriat), à savoir leurs processus, de même que leurs avantages et inconvénients. Une étude de cas de trois formes d'entrepreneuriat (la franchise, la reprise d'entreprise et l'intrapreneuriat), a été réalisée, pour cela nous avons préparé trois questionnaires correspondant à chacune de ses formes, les résultats obtenus ont mis en évidence le processus entrepreneurial suivi par chaque entreprise.

**Mots clés :**

Entrepreneuriat, entrepreneur, nouvelle création, la franchise, essaimage, la reprise d'entreprise, l'intrapreneuriat.

**Abstract**

Entrepreneurship is the process of creating wealth and employment. Indeed, in decision of creation of the company of creation of the company is often influenced by environmental factors having a relationship with the family environment. The objective of our work is to question the forms of entrepreneurship (new creation, creation by spin-off, franchise, business takeover and intrapreneurship), namely their processes, as well as their advantages and disadvantages. A case study of three forms of entrepreneurship (franchising, business takeover and intrapreneurship), was carried out, for this we prepared three questionnaires corresponding to each of its forms, the results obtained highlighted the entrepreneurial process followed by each company.

**Key words :**

Entrepreneurship, entrepreneur, new creation, franchise, spin-off, business takeover, intrapreneurship.