

UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA

FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, SCIENCES

COMMERCIALES ET DES SCIENCES DE GESTION

Département des sciences de gestion



## Mémoire

En vue de l'obtention du diplôme de master en sciences de gestion

Option : Entrepreneuriat

## Thème

**La promotion de l'activité entrepreneuriale via les  
organismes d'accompagnement :**

**Cas des entrepreneurs incubés par l'ANGEM  
de Bejaïa**

**Réalisé par :**

**AIT MATEN NABILA**

**BENAKLI MOBAREK**

**Encadrant :**

**Mr : HANI SLIMANE**

**JUIN 2022**

# *Remerciements*

On remercie Dieu le tout puissant de nous avoir donné la santé et la volonté d'entamer et de terminer ce mémoire.

A travers ce travail nous tenons à exprimer nos remerciements et notre gratitude à notre encadreur, **Mr. HANI** pour ses efforts et ses recommandations, tout en espérant avoir été à la hauteur de ses précieux conseils et directives.

Nos remerciements s'adressent également à tous nos professeurs pour leurs générosités et la grande patience dont ils ont su faire preuve malgré leurs charges académiques et professionnelles.

Mes vifs remerciements vont aux membres de jury pour avoir accepté de juger notre présent travail

Enfin, à toute personne qui a participé de près ou de loin à l'accomplissement de ce mémoire.

# *Dédicace*

Je remercie Allah de m'avoir donné la force et le courage pour pouvoir réaliser ce mémoire.

J e dédie ce travail à ma source de bonheur la prunelle de mes yeux,

Mon père « **Mohend** » et ma mère « **Laldja** »

Pour leurs soutiens et leurs encouragements sans faille tout au long de mon parcours scolaire mais aussi personnel. Aucun mot ne serait exprimer tout mon amour et toute ma gratitude, merci pour vos sacrifices le long de mes année, merci vos présence rassurante, si j'en suis arrivée la s'est grâce a vous. J'espère que le bon dieu les garda et les comble de santé et une long vie.

Qu'Allah vous garde en bonne santé.

Mon frère que j'adore « **Madjid** » et que je remercie

A mes chères sœurs qui ont toujours été présentes pour moi et qui me comblent d'amour :

« **WASSILA, SIHAM, ANISSA, AMEL,**

ET les deux petites **ANYA** et **AYMEN** »

A mes chers amis : « **NIHAD, DOUNIA, FOUZIA, HANANE** et **HAMOU** », Qui ont été toujours présentes pour moi.

A ma famille et à tous ceux que j'aime.

A mon cher encadrant **Mr HANI Slimane**, merci pour votre patience et efforts intenses, et votre disponibilité permanente.

Sans oublie mon binôme pour son soutien moral, sa patience et sa compréhension tout au long de ce travail.

A toute personne que je connais de prés ou de loin, a tous la promotion Master 02 Entrepreneuriat appliquée 2022 pour tous les bon moments passés et a venir.

**Nabila**

# *Dédicace*

Je remercie Allah de m'avoir donné la force et le courage pour pouvoir réaliser ce mémoire.

Je dédie ce travail comme témoignage de respect et d'admiration à mes chers parents, source de vie,

A ma très chère maman, qui me donne toujours l'espoir de vivre et qui n'a jamais cessé de prier pour moi.

A mon très cher père, pour ses encouragements, son soutien, surtout pour son sacrifice afin que rien n'entrave le déroulement de mes études.

A mon cher frère

Et

Ma chère sœur

Que le bon DIEU vous donne santé, bonheur, et surtout réussite

A toutes les personnes de ma grande famille que j'aime.

A mes amis,

Qui ont été toujours présentes pour moi,

Enfin je remercie mon binôme, qui a contribué à la réalisation de ce travail.

A toute personne que je connais de près ou de loin, a tous la promotion Master 02 Entrepreneuriat appliquée 2022 pour tous les bon moments passés et a venir.

**Mobarek**

# Sommaire

|  |    |
|--|----|
| <b>Introduction général</b> .....  | 7  |
| <b>Chapitre 1 : Vue théoriques sur l’entrepreneurial</b> .....   | 10 |
| <b>Introduction</b> .....  | 11 |
| Section 01 : Notions de base sur l’entrepreneuriat .....   | 11 |
| Section 02 : L’acteur de l’entrepreneur.....   | 20 |
| Section 03 : L’acte d’entrepreneuriat ;la création d’entreprise .....  | 25 |
| <b>Conclusion</b> .....  | 31 |
| <b>Chapitre 2 : L’accompagnement entrepreneurial</b> .....   | 32 |
| <b>Introduction</b> .....  | 33 |
| Section 01 : Concept et fondements de l’accompagnement entrepreneurial.....                                    | 33 |
| Section 02 : Les recherches sur l’accompagnement et les structures d’accompagnement. ....                      | 39 |
| Section 03 : L’aide et l’accompagnement à la création d’entreprises.....                                       | 46 |
| <b>Conclusion</b> .....  | 51 |
| <b>Chapitre 3 : L’entrepreneuriat et l’accompagnement entrepreneurial dans la wilaya de Bejaia</b> .....       | 52 |
| <b>Introduction</b> .....  | 53 |
| Section 01 :L’entrepreneuriat dans la wilaya de Bejaia.....  | 53 |
| Section 02 :L’accompagnement entrepreneurial dans la wilaya de Bejaia.....                                     | 61 |
| Section 03 : La relation entre l’entrepreneuriat et l’organisme d’accompagnement dans la wilaya de Bejaia..... | 69 |
| <b>Conclusion</b> .....  | 87 |
| <b>Conclusion générale</b> .....   | 90 |

# Introduction générale

## Introduction générale

Au cours des vingt dernières années, le capitalisme a remporté une victoire dans l'économie de marché, mais en même temps il a souffert de l'incapacité croissante des grandes entreprises qui dépendaient plus du management que de l'esprit d'entreprises (FAYOLLE, 2005). Dans les pays postsocialistes, qui ont connu une vague de réforme économique et un processus de transition vers l'économie libérale tels que l'Algérie, la création d'entreprise entrepreneuriale (PME) est vitale pour relancer et redynamiser les économies de ces nations.

Au moment où les économistes attendaient la disparition de l'entrepreneur, du fait qu'ils l'ont considéré comme survivance du passé, ils sont étonnés de le voir prendre des parts importantes dans la relance économique dès les années 70. Ce fait surprenant a fait émerger une population de chercheurs pour comprendre l'acte entrepreneurial en tant phénomène. La complexité de ce phénomène (entrepreneuriat) (VERSTRAET & FAYOLLE, 2005) se traduit essentiellement par la multitude des définitions due à l'hétérogénéité des angles de vue des chercheurs. Il y a lieu de distinguer des chercheurs qui l'expliquent en se basant sur la création d'organisation. D'autres le rapportent au fait d'exploitation d'opportunité. D'autre le relatent à la création de valeur et d'autres le définissent par le fait d'innovation. (VERSTRAET & FAYOLLE, 2005, p. 1). L'élément commun de ces différents paradigmes est que l'acteur principal de ce phénomène est l'entrepreneur. Ce dernier rencontre des contraintes et des difficultés lors de la réalisation de son activité entrepreneuriale. Comme il représente l'acteur principal de la croissance économique, du fait qu'il produit de la richesse et il crée de l'emploi, l'Etat le soutient via l'accompagnement entrepreneurial pour maintenir sa dynamique entrepreneuriale.

L'accompagnement entrepreneurial est adopté par l'Algérie, comme tout les autre pays, pour booster au mieux sa dynamique entrepreneuriale après avoir constaté de l'échec entrepreneurial depuis qu'elle s'est engagée dans l'acte entrepreneurial dès les années 90. son accompagnement entrepreneurial se traduit fondamentalement par la mise en place des dispositifs d'aide à la création des entreprises entrepreneuriales (PME) . Les budgets énormes consacrés au financement de ces organismes rend indispensable de mesurer la contribution de chaque organisme, et donc de la politique d'accompagnement entrepreneurial, dans la promotion de l'activité entrepreneuriale.



Dans ce contexte, les responsables chargés de cet accompagnement soulignent avec conviction que la mission d'accompagnement est atteinte sans doute. Cela se comprend clairement dans le témoignage du directeur de l'ANGEM. En fait, il « *affirme que le contenu de dispositif en lui-même suffit à soutenir la dynamique entrepreneuriale local* »<sup>1</sup>. Par contre, les entrepreneurs au quel est destiné l'accompagnement réclament la défaillance de cette politique. L'un d'eux annonce avec fermeté ce que suis : « *on ne compte plus sur les aides publique car elle ne répond pas a nos attentes. les administrateurs sont spécialisé en bureaucratie et rien d'autre ...* » (Ayad Malek Naima, 2017, p 196). Pour enlever les équivoques sur la question de participation des organismes d'accompagnement à la promotion de l'activité entrepreneurial, nous nous sommes engagés à réaliser un travail de recherche intitulé « la promotion de l'activité entrepreneurial via les organismes d'accompagnement en prenant le cas de l'ANGEM ». Ce travail de recherche s'appuie essentiellement sur une étude de terrain, auprès des entrepreneurs ayant démarré leurs activités entrepreneuriales via ANGEM de Bejaïa, par la quel nous pouvons répondre à la question suivante : **Les organismes d'accompagnement jouent-ils vraiment un rôle dans la promotion de l'activité entrepreneurial ?**

La réponse à cette question est fortement liée aux réponses des questions secondaires suivantes :

- En quoi consiste l'activité entrepreneuriale ?
- Que représente l'accompagnement entrepreneurial ?

Pour mener à bien ce travail de recherche nous avons supposé ce que suit :

- **Hypothèse 1** : La promotion de l'activité entrepreneuriale se réalise principalement par l'accompagnement entrepreneurial à travers des organismes publics.
- **Hypothèse 2** : L'accompagnement entrepreneurial ne se limite pas aux aides financières, mais plutôt se prolonge à la formation des entrepreneurs dans le domaine de management d'une manière générale.

Sur la base des questions soulevées ci-dessus, et l'indique le titre de ce travail, il s'avère clairement que notre travail doit être structuré de la manière suivante :

---

<sup>1</sup> AYAD MALEK NAÏMA. « la création d'entreprise et les politiques territoriales : cas de la wilaya de Bejaïa », THESE DE DOCTORAT, UNIVERSITES DE BEJAÏA 2016/2017 P.218

**Le premier chapitre** traite une vue théorique sur l'entrepreneuriat. La première section portera les des différents notions de base sur l'entrepreneuriat, la seconde section sur l'acteur de l'entrepreneuriat : l'entrepreneur, la troisième section sur l'acte de l'entrepreneuriat : la création d'entreprise.

**Le second chapitre** porte sur l'accompagnement entrepreneurial. Dans la première section les concepts et fondements de l'accompagnement entrepreneurial, la seconde section concerne les recherches sur l'accompagnement et les structures d'accompagnement. La troisième section sur l'aide et l'accompagnement à la création d'entreprise.

**Le troisième chapitre** sera consacré sur l'entrepreneuriat et l'accompagnement entrepreneurial dans la wilaya de Bejaia, en première section l'entrepreneuriat dans la wilaya de Bejaia, la seconde section concerne l'accompagnement entrepreneurial dans la wilaya de Bejaia, et enfin dans la troisième section nous monterons la relation entre l'entrepreneuriat et l'organisme d'accompagnement dans la wilaya de Bejaia.

# **Chapitre 1 :**

# **Vue théorique sur**

# **l'entrepreneuriat**

**Introduction**

L'entrepreneuriat s'est peu à peu imposé comme l'activité la plus congrue à la réalisation de développement économique et social dans les quatre coins du monde entier. Les entrepreneurs sont perçus comme les piliers de l'économie de marché, et leurs activités comme créatrices de valeur, d'emploi et d'avantages multiples pour les consommateurs. Nous vivons dans un modèle d'économie entrepreneuriale (Audretsch et Thurik, 2001), qui constitue la réponse politique, sociale et économique à une économie reposant sur le savoir et le capital entrepreneurial, ce dernier représentant la capacité à s'engager dans une activité entrepreneuriale et à la générer.<sup>2</sup>

L'objet de ce chapitre est d'éclaircir les aspects théoriques sur l'entrepreneuriat. Ce chapitre est divisé en trois sections. La première sera consacrée à la définition de quelques notions de base de l'entrepreneuriat. Quant à la deuxième section, il est question de présenter l'acteur de l'activité entrepreneuriale. Il s'agit de l'entrepreneur. Et la troisième section portera sur l'acte de l'entrepreneuriat ; la création d'entreprise.

**I. Section 01 : Notions de base sur l'entrepreneuriat**

Le champ de l'entrepreneuriat est éclaté et ses multiples composantes sont observées et analysées par des économistes, des sociologues, des historiens, des psychologues, des spécialistes des sciences du comportement ou des sciences de gestion (Fillion, 1997). Ce domaine émergent fait l'objet, par ailleurs, de nombreuses controverses et il apparaît que si l'on parle de plus en plus d'entrepreneuriat et d'entrepreneurs et dans le monde, beaucoup reste encore à faire pour définir précisément ce que ces notions recouvrent et ce qu'en sont leurs principales implications théoriques et pratiques.<sup>3</sup>

**I.1 Définition de l'entrepreneuriat :**

L'entrepreneuriat est un domaine de recherche très varié<sup>4</sup>, et de nombreux auteurs et économistes ont donné des définitions du concept. Mais, nous devons d'abord tous revenir à

---

<sup>2</sup> Frank Janssen, « Entreprendre : une introduction à l'entrepreneuriat », 2<sup>e</sup> édition, Rue du Bosquet, 2016, p19.

<sup>3</sup> Alain Fayolle, « Introduction à l'entrepreneuriat », Dunod, Paris, 2005, p 9.

<sup>4</sup> Verstraete(2002) reconnaît des nuances entre les termes champ de domaine de recherche (un champ de recherche est : « un ensemble d'objets, de notions et concepts étudiés par une communauté de chercheurs regroupés pour élaborer des connaissances » et un domaine de recherche est : « un ensemble plus ou moins vaste que le champ pouvant contenir tout ou une partie de plusieurs champs », p 87,) mais les utilise de façon synonymique.

la définition originale. Le terme « entrepreneuriat » a été défini à l'origine par le professeur Howard Stephenson de la Harvard Business School. Sa définition est la suivante :

« *L'entrepreneuriat est la poursuite d'une opportunité au-delà des ressources que vous contrôlez*<sup>5</sup>. » La poursuite demande une certaine dose de détermination et de concentration. Cela signifie que l'entrepreneur est capable de percevoir l'opportunité, mais il doit avoir des ressources telles que des compétences techniques ou un réseau spécifique (c'est –à-dire la famille dans laquelle il est né ou les collègues qui lui fait avoir l'opportunité).

Brechet et al. (2009) souligne que l'entrepreneuriat est : « *un phénomène multi-acteurs, multi niveaux d'analyse et multidisciplinaire* ». Ce qui implique un manque d'accord sur les caractéristiques de l'entrepreneuriat qui le rend difficile à l'appréhender. Certains chercheurs<sup>6</sup> voient un avantage à ces divergences d'opinions et admettent que justement, il serait plus intéressant pour la prolifération des recherches en entrepreneuriat de reconnaître qu'il ne peut y avoir de consensus.

Selon Thierry Verstraete 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>7</sup> ». Pour Casson (2005), « *l'entrepreneuriat est naturellement équipé pour agir en tant que structure intégrante dans la quelle une synthèse des autres théories peut prendre place* ».

D'après D.Hisrich R et P. Peters M « *L'entrepreneuriat est le processus dynamique qui consiste à créer de la richesse supplémentaire. La richesse est créée par des individus qui assument les risques principaux en termes de capitaux ou d'implication professionnelle afin de donner de la valeur à un bien ou à un service. L'acte productif peut ou non être nouveau ou exclusif, mais alloue les compétences et ressources nécessaires*<sup>8</sup> ».

### **I.2 Les formes de l'entrepreneuriat :**

L'existence de l'entrepreneuriat ne date pas d'hier. Le concept de l'entrepreneuriat évolue de jour en jour, et de plus en plus, on assiste à l'émergence de divers formes de l'entrepreneuriat, qui sont représentées dans :

#### **a. La création ex-nihilo :**

Ex nihilo est une expression latine signifiant « à partir de rien ». Créer une entreprise quant rien n'existe n'est pas une situation facile. Il faudra du temps pour arriver à implanter

---

<sup>5</sup> <https://www.mde.ci/consulterle8mai2022>

<sup>6</sup> Verstraete(2001) et Casson (2005).

<sup>7</sup> Verstraete T, « Histoire d'entreprendre, les réalités de l'entrepreneuriat », Ed .EMS, 2000, p12.

<sup>8</sup> D.Hisrich R et P. Paters M, « Entrepreneuriat : lancer, élaborer et gérer une entreprise », Ed .ECONOMICA, Paris, 1991, p 11.

son produit dans un marché, pour convaincre les utilisateurs et les chercheurs et ce, d'autant plus que le degré d'innovation sera élevé. Par voie de conséquence, il faudra soigneusement dimensionner les besoins financiers et obtenir les ressources suffisantes. La création ex-nihilo exige beaucoup de travail, de rigueur et de ténacité. Par ailleurs les risques doivent être particulièrement bien évalués.

### **b. La création par essaimage :**

Créer une entreprise quand on est encore salarié et avec l'aide de son entreprise est certainement une démarche plus facile. Les grandes entreprises 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 concerner la création d'un commerce ou d'une entreprise industrielle, mais l'accompagnement (matériel, intellectuel, commercial et financier) d'une entreprise peut être de nature de réduire le niveau de risque de l'entrepreneur.

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

Elle 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 une formule. Ce type de création consiste à imiter un fonctionnement qui existe dans un contexte géographique donné. La création en franchise bénéficie également 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.

### **d. La reprise d'entreprise :**

La reprise d'entreprise ou d'activité présente une différence de taille avec la création d'entreprise. L'organisation existe, elle n'a pas à être créée. 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 risque 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 examinés :

#### **✓ La reprise d'entreprise ou d'activité en bonne santé :**

La principale difficulté est vraisemblablement d'avoir suffisamment tôt l'information qu'une entreprise de ce type est en vente. Ensuite il faut pouvoir disposer de ressources financières importantes, car le prix de marché de ces entreprises peut être élevé. Il est

indispensable d'avoir, par ailleurs, de bonnes compétences générales et une expérience de management réussie. Il convient, en effet, de ne pas trop de temps dans l'apprentissage du métier de chef d'entreprise.

### ✓ La reprise d'entreprise ou d'activité en difficulté :

Si les difficultés sont déclarées (entreprise en redressement judiciaire), il est indispensable de connaître le cadre légal de reprise d'entreprise en difficulté. Avoir des relations avec des acteurs clés dans ce milieu, apparaît comme une condition importante. Si le prix d'acquisition de ses entreprises est sans commune mesure avec celui des entreprises en bonne santé, il ne faut jamais perdre de vue que cette structure nécessite également une bonne connaissance des situations de crise. Il convient en effet, de restaurer rapidement la confiance à tous les niveaux : personnel, clients, fournisseurs, partenaires ...

### e. L'intrapreneuriat :

*« L'entrepreneuriat est le processus par lequel un individu (ou un groupe d'individu), en association avec une organisation existante, crée une nouvelle organisation ou génère le renouvellement ou l'innovation au sein de cette organisation ».*<sup>9</sup> Cette définition est intéressante à plus d'un titre : d'abord, elle met en évidence la dimension individuelle du processus intrapreneurial, et souligne l'existence d'une association entre individu et organisation. Elle inclut, parmi les finalités du processus intrapreneurial, non seulement la création de nouvelles activités, mais également toute innovation ou transformation majeure de l'organisation.

Les relations entre les deux associés (individu ou groupe d'individus et l'organisation) aussi asymétriques et interdépendant sont forcément complexes. L'intrapreneur qui agit apparemment de façon autonome et s'engage personnellement reste un employé soumis à des obligations contractuelles et morales, dont celle d'agir pour le bénéfice de son employeur. De son côté, l'organisation qui délègue, certaines tâches et transfère certains risques à l'intrapreneur constitue à la fois son milieu nourricier et son juge.

### I.3 Les approches dominantes de la recherche en entrepreneuriat :

La littérature entrepreneuriale permet de distinguer trois principales approches : descriptive, comportementale et processuelle.

---

<sup>9</sup> Shara P et J.-J. Chrisman, 1999

### a. Approche descriptive (ou Approche par les traits) :

L'approche descriptive appelée également approche par les traits (Stevenson et Jarillo, 1990) est une approche centrée sur l'individu. Elle consiste à repérer les traits de personnalité et les caractéristiques qui définissent la personnalité de l'entrepreneur.

L'hypothèse principale de cette école de pensée est que les entrepreneurs possèdent des traits de personnalité, des attributs personnels et un système de valeurs qui les prédisposent à une activité entrepreneuriale et les distinguent des autres individus (Greenberger et Sexton, 1988 ; Gartner, 1990 ; Shaver et Scott, 1991). Jusqu'à la fin des années 80, de nombreux chercheurs ont essayé de mettre en avant les caractéristiques psychologiques et les traits de personnalité qui caractérisent les entrepreneurs qui réussissent. Selon Basso (2006) : « *L'approche par les traits de personnalité a essayé d'établir le profil psychologique typique de l'entrepreneur, en partant du principe que les personnes qui possèdent les mêmes caractéristiques que les entrepreneurs auront une tendance supérieure ou un potentiel à agir de manière entrepreneuriale, ce dont seront dépourvues les personnes qui ne possèdent pas ces caractéristiques. Les chercheurs ont donc procédé par la recherche de déterminants du comportement (besoins, attitudes, croyances et valeurs spécifiques). L'entrepreneur et le non-entrepreneur doivent pouvoir être différenciés par des tendances entrepreneuriales et des traits psychologiques distincts* ». Parmi les traits de personnalité cités dans la littérature : le goût de risque, le besoin d'accomplissement, le besoin de pouvoir, la créativité, l'innovation, le besoin d'indépendance et d'autonomie <sup>10</sup>.

Malgré une vaste littérature consacrée aux caractéristiques psychologiques des entrepreneurs, il est toujours possible de recenser de nouveaux traits de personnalité de ces entrepreneurs mais il est impossible de définir un profil type de l'entrepreneur. En effet, il n'y a pas d'entrepreneur typique.<sup>11</sup> Les critiques soulevées à l'égard de cette approche ont été très nombreuses. Selon Vesper (1985) et Gartner (1990) et (Diakite, 2004.), « *la recherche du profil de l'entrepreneur ne répond pas à la question fondamentale, à savoir : comment une entreprise voit-elle le jour ? L'entrepreneur type est un mythe. Par conséquent, toute typologie qui tenterait de catégoriser les entrepreneurs à partir des traits de personnalité paraît illusoire* ».

---

<sup>10</sup> Marchesnay(1997) ; Reynolds(1988), Cachon (1992).

<sup>11</sup> Low et Mac Millan, (1988) ; Bull et Williard (1993).



### b. Approche comportemental (Approche par les faits) :

Nous parlons de l'entrepreneur mais nous oublions que sa réussite ne dépend pas uniquement de ses traits de personnalité et de ses caractéristiques psychologiques. En effet, selon Schmit (2008) : *« l'entrepreneur se forme graduellement, influencé d'abord affectivement par sa famille, ensuite symboliquement par le milieu du travail et ses modèles entrepreneuriaux, et enfin sociologiquement par son implication graduelle dans un milieu, son enracinement et son intégration dans ce dernier »*. En d'autres termes, la dimension individuelle de l'entrepreneur n'est rien sans un environnement adéquat.

D'après Tounés (2003) : *« Les variables environnementales caractérisant les individus sont donc devenues, elles-mêmes de réels objets d'analyse »*. De nombreuses publications ont montré l'importance de l'environnement socioculturel, du réseau personnel et professionnel, du contexte familial et du cadre politique et économique dans l'explication des comportements entrepreneuriaux.<sup>12</sup>

Selon Gartner (1988) : *« L'approche comportementale est donc intéressante en ce qu'elle se préoccupe des comportements de l'entrepreneur dans l'exercice de son activité, lesquels s'inscrivent dans un environnement culturel, social, économique et politique »*.<sup>13</sup>

Dans les années 1990, les recherches en entrepreneuriat se sont orientées vers l'étude des comportements des entrepreneurs (approche comportementale). La logique sous-tendant cette approche veut que l'on puisse prédire la performance des entrepreneurs en observant le « faire entrepreneur » et non « l'être entrepreneur ». Autrement dit, *« l'approche comportementale s'est orientée vers la définition de l'entrepreneur par ce qu'il fait »*<sup>14</sup>, c'est-à-dire par les actions et les comportements qu'il engage tout au long du processus de création d'entreprises plutôt que par ses traits de personnalité.

Selon Garther (1993), la meilleure manière d'étudier le comportement entrepreneurial est de suivre la logique adoptée par Minitzberg pour étudier le comportement managérial : *« Je crois que la recherche sur les comportements entrepreneuriaux doit être fondée sur le travail de terrain selon le modèle de l'étude de Minitzberg sur le travail managérial. Les chercheurs doivent observer les entrepreneurs lorsqu'ils sont en train de créer des organisations. Ce travail doit être décrit en détail et les activités systématiquement et classifiées. La connaissance des comportements entrepreneuriaux dépend du travail de terrain »*.<sup>15</sup>

---

<sup>12</sup> Bowen et Hisrich (1986) ; Hisrich et O'Kinneide(1986); Aldrich et al(1987); Filion(1991); Saglio (1991) ; Casson (1991).

<sup>13</sup> Cité par Tounés, A, (2003).

<sup>14</sup> Chandler et Jansen (1992).

<sup>15</sup> Cité par Hernandez, E.M. (1995).

### c. Approche processuelle :

Depuis le début des années 90, les recherches en entrepreneuriat changent d'orientation pour s'intéresser désormais au processus entrepreneurial. En effet, de nombreux auteurs ont affirmé qu'il est réducteur de limiter l'étude du phénomène entrepreneurial en se référant à quelques traits de personnalité (approche descriptive) ou à des comportements (approche comportementale). Il paraît important de s'ouvrir à de nouvelles perspectives de recherche qui prennent en considération l'aspect dynamique et processuel de l'entrepreneuriat. Autrement<sup>16</sup> dit, les recherches en entrepreneuriat ne sont plus centrées sur l'entrepreneur et ses traits de personnalité mais plutôt sur le processus entrepreneurial

L'approche par processus est une approche dynamique qui s'intéresse à des phénomènes en évolution. Elle « *s'oppose aux approches fixistes du monde où l'on fige des relations et l'état des notions et des concepts. (...) Elle correspond à toutes ces publications récentes où il n'est plus question du créateur et de ses caractéristiques, mais de formation d'organisation, de création d'organisation, d'émergence organisationnelle, etc.* » (Hernandez, 1995). Contrairement à l'approche descriptive et comportementale, l'approche processuelle privilégie une vision plus large de l'entrepreneuriat. Tounés (2003) : « *Si l'approche descriptive cherche à comprendre le rôle de l'entrepreneur dans l'économie et la société, si l'approche comportementale explique les actes et les comportements des entrepreneurs en les situant dans leurs contextes spécifiques, la démarche processuelle a pour objet d'analyser dans une perspective temporelle et contingente, les variables personnelles et environnementales qui favorisent ou inhibent l'esprit d'entreprise, les actes et les comportements entrepreneuriaux* »

La Notion de processus entrepreneurial a été développée par plusieurs chercheurs en entrepreneuriat : Gartner (1990), Shane et Venkateraman (2000), Reynolds(2000), Bygrave et Hofer (1991)...

Gartner (1990), définit le processus entrepreneurial « *comme étant le processus qui précède la création d'une organisation* ». Il commence par « l'initiation », c'est-à-dire le moment où l'entrepreneur décide de créer une entreprise et se termine par « l'établissement » c'est-à-dire la création de l'entreprise. Selon Shane et Venkateraman (2000), le processus entrepreneurial est constitué trois phases fondamentales :

#### ✓ L'existence ou à l'apparition de l'opportunité :

---

<sup>16</sup> Carter, Gartner et Reynolds (1996).

Shane et Venkateraman (2000) considèrent que « *les opportunités sont des phénomènes dont l'existence est indépendante de leur découverte par l'entrepreneur, ce qui justifie la prise en compte de leur apparition comme étant une étape à part entière dans le processus entrepreneurial* » (Aouni ,2006).

### ✓ **L'identification de l'opportunité :**

La reconnaissance d'une opportunité suppose la possession des habilités de perception, d'un esprit alerte et d'un comportement orienté vers la recherche d'information « *si les opportunités sont apparentes à tous les individus en même temps, seuls ceux détenant des informations prioritaires et les capacités cognitives nécessaires arrivent à la reconnaître* » (Aouni ,2006). L'identification des opportunités suppose « *la capacité à les percevoir lorsque d'autres voient le chaos, des contradictions et la confusion* (Timmons ,1989 »<sup>17</sup>

### ✓ **L'exploitation de l'opportunité :**

Durant cette phase, l'entrepreneur doit mettre en place les actions nécessaires pour concrétiser son projet de création d'entreprise. Cette phase est caractérisée par une grande incertitude et haut degré d'ambiguïté, les actions de l'entrepreneur sont orientées principalement vers l'acquisition des ressources aussi bien matérielles (financement, machines,...) qu'immatérielles (capital social ....)

## **I.4 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 :

### **a. Paradigme de l'opportunité d'affaires :**

Il repose sur l'idée que l'entrepreneuriat est un processus de découverte, d'évaluation et d'exploitations des opportunités représentant des objets d'étude et de recherche essentiels (Venkateraman ,1997). La construction de ce paradigme s'inspire largement des travaux issus de l'école autrichienne, et en particulier les contributions de Schumpeter (1935) et de Kirzen (1973, 1997). Cette école a fourni un éclairage intéressant du processus entrepreneurial. Dans le même ordre d'idée, Schumpeter souligne notamment l'importance de l'innovation qui constitue l'essence de l'entrepreneuriat, alors que Kirzen met en évidence l'importance de la découverte d'opportunité dans la dynamique des marchés. L'ensemble de ces travaux ont en

---

<sup>17</sup> Cité par Aouni, z.et Surlemont, B. (2007)

commun la mise en évidence de l'entrepreneur comme étant un acteur à la recherche d'opportunité de profit.

### **b. Paradigme de la création d'une organisation :**

Cette conception a été développée par Gartner (1988) qui a mis l'accent sur le processus qui conduit à l'apparition d'une nouvelle organisation. Ce qui sous-entend les activités par lesquelles le créateur de l'opportunité mobilise et combine des ressources (informationnelles, matérielles, humaines) pour concrétiser l'opportunité en un projet structuré, voire une entité.<sup>18</sup>

### **c. Paradigme de la création de valeur :**

L'entrepreneuriat est une source de richesse et d'emplois pour une nation. Il est donc un phénomène ou un processus créant de la valeur. Gartner (1990), a démontré que la création de valeur nouvelle est un thème situé au cœur de l'entrepreneuriat. Donc la création de valeur définie comme une dynamique de changement où l'individu est à la fois acteur de la création de valeur dont il détermine.

### **d. Paradigme de l'innovation :**

La théorie économique s'est intéressée tardivement à l'innovation. Parmi les précurseurs qui ont travaillé sur le concept, Joseph Schumpeter, qui considère que la firme innovatrice crée une rupture dans les conditions de la concurrence car elle dispose d'un avantage compétitif, « *L'entrepreneuriat et l'innovation sont associés depuis que l'économiste autrichien Joseph Schumpeter a évoqué la force du processus de destruction créatrice qui caractérise l'innovation* »<sup>19</sup>.

Selon DRUCKER : « *l'innovation est l'instrument spécifique des entrepreneurs, le moyen d'utiliser le changement comme une opportunité ouverte sur une affaire ou un service différent. Elle peut être présentée comme une discipline, elle peut s'apprendre et se pratiquer. Les entrepreneurs doivent chercher les sources d'innovation, les changements et les indices qui signalent les innovations qui peuvent réussir. Ils doivent connaître et appliquer les principes qui permettent à ses innovations de réussir* ».<sup>20</sup>

---

<sup>18</sup> Fayolle, (2004).

<sup>19</sup> Fayolle, (2004, p10).

<sup>20</sup> DRUCKER Peter « les entrepreneurs » Traduit de l'américain par patrice Hoffman. Ed, L'expansion, ACHETTE, JC Lattés, 1985, p55.

De ce fait Julien et Marchesnay voient que : « *l'innovation constitue le fondement de l'entrepreneuriat, puisque celui-ci suppose des idées nouvelles pour offrir ou produire de nouveaux biens ou services, ou encourage pour réorganiser les entreprises* ». <sup>21</sup>

## **II. Section 2 : L'acteur de l'entrepreneuriat ; l'entrepreneur**

Le monde de l'entrepreneur a suscité l'intérêt de disciplines très diverses telles que vues par les pionniers du domaine et les économistes. C'est un élément central dans le phénomène entrepreneurial et un acteur principal de sa dynamique.

### **II.1 Définition de l'entrepreneur :**

Les gens qui œuvrent dans le domaine de l'entrepreneuriat diront qu'il existe une confusion peu commune relativement à la définition de l'entrepreneur. Pour assurer la compréhension du concept entrepreneur, il faut faire une synthèse des définitions. Plusieurs auteurs ont contribué à la définition de ce concept, et chaque auteur le définit avec une façon dont il approche et d'une manière différente.

Cantillon R. Est le premier à définir en 1755 l'entrepreneur et à intégrer la notion d'incertitude et de risques dans le processus entrepreneurial. Pour lui : « *l'entrepreneur est celui qui assume le risque de l'incertain peu importe le secteur. il s'engage de façon ferme vis-à-vis d'un tiers en faisant l'acquisition des moyens nécessaires à un prix certain sans garantie de ce qu'il peut attendre* ». <sup>22</sup>»

Jean Baptiste Say est le deuxième auteur qui s'est beaucoup intéressé aux activités de l'entrepreneur. Il voyait le développement de l'économie par la création d'entreprise. En, (1803), définit l'entrepreneur comme celui qui réunit et combine des moyens de production. Il la présente comme un coordinateur. L'entrepreneur met à profit les facultés les plus élevées et les plus humbles de l'humanité. Il reçoit des directions du savant et les transmet à l'ouvrier. L'entrepreneur est l'acteur essentiel de l'activité, il doit savoir, prévoir, organiser commander, coordonner, contrôler et gérer au quotidien son entreprise.

J. Schumpeter (1928, 1935, 1938 et 1942) aborde aussi l'incertitude et le Risque d'une façon sans doute, mais en situant l'entrepreneur dans une problématique plus large, celle de la

---

<sup>21</sup> Thierry Verstraete et Alain Fayolle, paradigmes et entrepreneuriat, revue de l'entrepreneuriat, vol4, n°1, 2005, p4.

<sup>22</sup> Cantillon R, « Essai sur la nature du commerce en générale », Ed. I.N.E.D, Paris 1997

dynamique économique dans laquelle Il prend une place de choix. Pour lui, l'entrepreneur est celui qui innove et prend des risques en même temps<sup>23</sup>.

L'entrepreneur est celui qui dirige une entreprise, qui possède des qualités particulières, qui met en œuvre de nouvelles méthodes. 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 grande Qu'auparavant, ou encore celui qui introduit des changements, des innovations et un ordre ,nouveau.

### II.2 Les caractéristiques de l'entrepreneur :

On peut attribuer différentes caractéristiques à l'entrepreneur, même si elles ne sont pas nécessairement particulières. Il n'existe pas de Profil type de l'entrepreneur, il doit avoir quelques caractéristiques qui le distingue des Personnes ordinaires et devrais avoir des traits de personnalité qui l'incite à suivre la vois de l'entrepreneuriat.

Nous allons essayer de présenter les principales caractéristiques d'un entrepreneur en se référant à la synthèse réalisée par certains auteurs <sup>24</sup>.

#### a. Les traits de caractère :

Certains traits de caractère de l'entrepreneur relèvent de valeur ou d'attitude face à l'environnement socio- économiques. Les entrepreneurs présentent des besoins d'accomplissement et d'indépendance, un attrait du risque et une sensation de maitrise de leur destinée, parmi les caractères primitifs que chaque jeune créateur doit avoir dans le but de créer sa propre entreprise et devenir un Entrepreneur nous citons :

- **L'indépendance** : Les entrepreneurs préfèrent recevoir ou gagner moins, tout en étant leur « Propre maître ». Leur sens de l'autonomie est donc particulièrement poussé.
- **La confiance en soi** : Les entrepreneurs généralement sont optimistes, ils cherchent à exercer un certain contrôle sur eux-mêmes, et développer leur propre projet soit dans l'entreprise ou dans leur propre vie personnelle.
- **La persévérance** : Les entrepreneurs sont très persévérant, ils devront mettre beaucoup d'énergie et du temps et surmonter les obstacles pour réaliser leurs objectifs, ils savent que la réussite ne viendra pas tout de suite.

---

<sup>23</sup> Laurent, P, « Internationale dans la pensée économique », Revue Internationale P.M.E ,2(1), 57-70

<sup>24</sup> L'entrepreneuriat, pierre-André Julien, Michel MARCHENSAY, Ed .ECONOMICA, Paris 1996 p 51 ...54

L'entrepreneur est l'essence ou le cœur même de l'entrepreneuriat. C'est celui qui innove en fonction des opportunités qui se présentent, mais aussi qui organise les ressources pour produire et commercialiser, tout en recherchant son intérêt<sup>25</sup>.

### **b. L'entrepreneur est un opportuniste :**

L'entrepreneure est un innovateur qui sait discerner les occasions d'affaires dans l'économie, en développant un nouveau produit, en le produisant ou en le mettant en marché de façon nouvelle en organisant les ressources de façon différente. C'est un opportuniste, aux aguets de nouvelles interstices sur le marché, pour s'y insérer et ainsi créer ou transformer une entreprise.

### **c. L'entrepreneur est un organisateur :**

L'entrepreneur, c'est l'être ingénieux qui sait habilement organiser les ressources. Il ne suffit pas d'être innovateur pour être un entrepreneur. Il faut être capable de développer et à commercialiser l'innovation. L'organisation, c'est souvent l'obstacle de l'innovateur qui ne sait pas comment passer de l'idée à l'application.

### **d. Un Preneur de risques :**

L'innovation est d'abord l'incertitude. Créer une entreprise ou commercialiser une innovation présente un risque supérieur. Les spécialistes s'accordent pour considérer la prise de risques comme étant une caractéristique qui différencie les entrepreneurs des autres individus. Lorsque l'entrepreneur lance son entreprise ou développe son invention, il croit fermement que ce sera un succès, et que le retour sur le capital investi sera bon. Lors de création de son entreprise, l'entrepreneur va assumer des risques de différentes natures :

- **Risque financier :** Le financement de démarrage, engager des fonds et rembourser des dettes ;
- **Risque professionnel :** Quitter un emploi pour créer une entreprise, de s'engager dans l'inconnu.
- **Risque d'ordre familial :** Créer une entreprise c'est consacrer plus de temps à son travail et moins à sa famille.

---

<sup>25</sup> Pierre –André Julien, Michele MARCHANSAY, « L'entrepreneuriat », Ed .ECNOMICA, Paris 1996, p 51.

### e. L'entrepreneur est motivé :

Les motivations de l'entrepreneur sont déterminées d'une part par ses aspirations et goûts personnels et d'autre part par son expérience personnelle, inhérente elle-même à son contexte familial, à sa formation et à son expérience professionnelle passée.

La notion d'entrepreneur est étroitement associée à celle de création d'entreprise : L'entrepreneur joue un rôle clé dans la création de nouvelles organisations et, de ce fait, apporte une Contribution majeure à la croissance économique (Backman , 1983). Cette association « entrepreneur/création d'entreprise » suppose l'existence de raisons fondamentales poussant l'individu à se lancer sur un chemin nouveau, celui de la gestion d'une Organisation. « La personnalité des dirigeants, avec leurs expériences, leurs compétences, leurs motivations et leurs goûts personnels, joue un rôle particulièrement fondamental dans la mesure où la création de l'entreprise est pour eux un acte essentiel dans lequel ils s'expriment personnellement et se projettent dans l'avenir<sup>26</sup> ».

### II.3 Les types d'entrepreneurs :

La montée de l'entrepreneuriat s'est faite particulièrement en Italie et aux Etats Unis dans le milieu des années 1960. Depuis lors, psychologues, sociologues, ethnologues, économistes, gestionnaires, se sont efforcés de ranger les entrepreneurs dans des catégories de construire des typologies. L'approche typologies renvoie à des critères qui constituent, d'une certaine façon, des facteurs essentiels de compréhension des entrepreneurs.

Nous allons présenter les typologies les plus courantes en insistant sur leur caractère relatif, et sur le trait dominant<sup>27</sup>.

#### ✓ Selon les conditions de la création : entrepreneur artisans et l'opportuniste :

Norman Smith a proposé dans les années (60) deux types d'entrepreneurs en distinguant l'entrepreneur artisan de l'entrepreneur opportuniste. L'entrepreneur artisan est moins d'expérience en matière de gestion et se localise dans des activités faiblement innovantes, mais avec une compétence technicien, désireux de travailler à son propre compte. Par contre, l'entrepreneur opportuniste se caractérise de son niveau d'instruction et l'intégration sociale et environnementale. Il est plus expérimenté en matière de gestion, et part avec un capital personnel important, en bénéficiant d'appuis solides.

---

<sup>26</sup> Albert, Mougenot, 1988.

<sup>27</sup> Pierre-André Julien, Michel MARCHESNAY, Ed .ECONOMICA, Paris 1996 p55.



### ✓ Selon le profil du dirigeant : le technicien et le manager :

Le technicien s'intéresse d'abord aux conditions de fabrication du produit pour lui il s'agit de mettre en valeur ses compétences professionnelles, son savoir faire, son métier. L'entrepreneur manager est motivé par les besoins de création, de réalisation et de pouvoir. Ses buts s'articulent autour de la croissance et de l'innovation. Lui, va surtout se concentrer sur les problèmes de gestion des ressources, souvent du fait de sa formation et de son expérience professionnelle. Il sera attentif à la réduction des coûts, à l'économie de moyens, mais aussi aux investissements hors production (exemple : informatisation administrative).

### ✓ Selon les conditions de l'innovation : du « prospecteur » au « réacteur » :

Miles et Snow ont étudié la relation entre l'entrepreneuriat et l'innovation. Ils ont distingué quatre types d'entrepreneurs. **Le prospecteur**, considéré comme l'innovateur. Il cherche en permanence des innovations soit de produit ou de procédé, il n'est pas rare qu'elle crée l'entreprise, la mette en marche, puis la revende.

Deuxièmement **l'innovateur**, il recherche systématiquement des innovations qu'il exploite à fond lui-même. Cette attitude se développe fortement, du fait de la pression exercée par les donneurs d'ordre par les distributeurs. C'est une personne qui possède une activité de veille technologique et concurrentielle très forte, avec un budget de recherche et développement très élevé.

Le **suiveur**, il va imiter et suivre systématiquement les innovations qui apparaissent sur le marché. Les suiveurs mettent l'accent sur l'amélioration de l'innovation, sur le problème de gestion. Enfin le **réacteur**, cette attitude « opportuniste », passive, peut s'avérer payante lorsque le degré de turbulence du secteur est assez faible, et lorsque la fidélisation des clients sur des produits innovants est important que la fidélité à l'entreprise ou à son patron. Exemple, certains sous traitant attendront que les donneurs d'ordre leur imposent certaines modifications de procédé ou de produit.

### ✓ Selon la logique d'action : le pic et le cap :

Julien et Marchesnay (1988) propose deux grands types d'entrepreneurs basés sur la pérennité de l'unité créée, l'indépendance, la croissance. L'entrepreneur PIC (pérennité, indépendance, croissance) : d'abord il cherche à accumuler du patrimoine, des actifs ayant une valeur de cession ou d'usage. Il accorde la priorité à la pérennité de son affaire. Il souhaite également préserver l'indépendance patrimoniale. Enfin, la croissance de son affaire.

L'entrepreneur CAP (croissance, autonomie, pérennité), va privilégier les activités à croissance forte et le développement de son affaire, et sans doute risquée. Il cherche aussi l'autonomie de décision. En revanche, il ne sera pas préoccupé par la pérennité de son affaire<sup>28</sup>.

### III. Section 3 : L'acte de l'entrepreneuriat ; la création d'entreprise

Une économie forte et saine ne peut exister sans l'existence d'entreprise. Elle est créatrice de richesses, et la cellule de base de la vie de l'économie. Pour ces raisons, elle occupe une place privilégiée et centrale dans les économies contemporaines. La création d'entreprise est la manifestation la plus claire de l'entrepreneuriat, cette création suppose d'avoir trouvé une ou des idées qui ne semblent pas avoir déjà été exploitées par les entreprises existantes et de les appliquer dans une nouvelle organisation pour répondre à un besoin du marché<sup>29</sup>.

#### III.1 Création d'entreprise : Définition et intérêt

La création de l'entreprise est la mise en œuvre d'un ensemble de moyens et d'instruments pour la constitution et la confirmation d'un nouveau projet. « Elle est considérée comme un acte fondateur de l'entrepreneuriat. Encouragée par les pouvoirs publics pour développer la création d'emploi, elle est freinée par de nombreux obstacles tant administratifs qu'économiques, que sociaux, que psychologiques ou que culturels »<sup>30</sup>.

La conséquence logique est que l'esprit d'entreprise suscite la création d'entreprise, Ainsi, le résultat ultime de l'esprit d'entreprise est la création d'entreprise. Plusieurs auteurs affirment que la notion de création est la caractéristique fondamentale de l'entrepreneuriat et des recherches qui lui sont consacrées<sup>31</sup>.

L'entrepreneur est reconnu comme tel lorsqu'il crée ou reprend une entreprise à partir d'une idée, l'innovation lui permet de saisir une opportunité sur le marché. Mais il y a différents types de création ou de transformation des entreprises, il doit passer diverses étapes du pré démarrage au démarrage et à la consolidation, avant de se dire qu'il a réussi.

---

<sup>28</sup> Pierre –André Julien, Michel MARCHESNAY, Ed .ECONOMICA, Paris 1996 p 55-59

<sup>29</sup> Julien, MARCHESNAY, 1996 p 23.

<sup>30</sup> MAHE.H, 1998, p 146.

<sup>31</sup> (Julien, MARCHESNAY, 1996 p 09.

L'entrepreneur est ici placé au cœur des activités économiques, est celui qui crée une entreprise grâce à l'apport de capitaux et à l'innovation, laquelle est considérée comme le moteur de l'entrepreneuriat. En d'autres termes, créer une entreprise est la manifestation la plus claire de l'entrepreneuriat et très souvent sont vu de façon synonymique, mais toute création d'entreprise n'est pas forcément un acte entrepreneurial « pur » comme le souligne Bruyat (1993).

Les apports de l'entrepreneuriat à l'économie et à la société concernent la création d'entreprise, la création d'emplois, l'innovation, le développement de l'esprit d'entreprendre

dans les entreprises. Dans cet ordre d'idées, l'entrepreneuriat apparaît comme un ensemble de comportements visant la création d'une nouvelle entreprise. Elle prospère dans un milieu favorable. Leur potentiel ne peut s'exprimer que lorsque les circonstances de l'environnement s'y prêtent. Sa manifestation présuppose aussi une culture locale, des valeurs religieuses, une organisation sociale, un régime politique et un contexte légal et réglementaire appropriés.

A ces variables environnementales, il faut ajouter les objectifs ou motivations de l'entrepreneur<sup>32</sup>.

La création d'une nouvelle entreprise représente une décision prise par un ou plusieurs entrepreneurs. Julien (2000), de son côté, identifie trois conditions susceptibles de mener à la création d'entreprise : l'entrepreneur doit y croire ; le milieu doit l'appuyer et le soutenir financièrement ; et l'environnement doit lui apporter une aide matérielle et immatérielle.

### **III.2 Les étapes de la création d'entreprise :**

Nous allons nous intéresser, maintenant, à ces différentes étapes. Pour la plupart d'entre elles, notre approche sera très synthétique, nous allons inspirer des étapes classique d'un projet de création d'entreprises citées par Alain Fayolle<sup>33</sup>.

#### **a. Évaluation de l'opportunité de création d'entreprise :**

La création d'entreprise peut provenir d'une idée innovante de produit ou d'une façon nouvelle de la fabriquer ou de le commercialiser.

Transformer une idée en opportunité de création réaliste nécessite de définir l'idée initiale le plus précisément possible : Que veut-on vendre ? À qui veut-on vendre ? Quelle valeur cela

---

<sup>32</sup> Julien, MARCHESNAY, 1996 p 23.

<sup>33</sup> Julien, MARCHESNAY, 1996 p 153

peut-il apporter ? Telles sont les premières questions qu'il convient d'étudier en priorité. 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.

Et les compétences clés du créateur pour bien évaluer cette opportunité de création d'entreprise, nous apparaissent être les suivantes :

- ✓ la créativité pour identifier, à partir d'une idée initiale, une « bonne » opportunité de 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.
- ✓ Savoir sélectionner les opportunités qui sauront résister à l'usure du temps et à la compétition. De telles opportunités permettent de disposer d'avantages concurrentiels durables.
- ✓ L'analyse de situation et l'approche globale constituent des outils très efficaces pour réaliser ce travail d'évaluation.

### **b. Conception et formulation du projet de création :**

Après avoir identifié l'opportunité, il faut tout mettre en œuvre pour faire de l'opportunité une activité économiquement rentable. Le projet doit se déplacer vers la position de réalisable. À ce stade, différentes études doivent être conduites : l'étude de marché, l'étude industrielle, l'étude financière et l'étude juridique. Toutes ces études permettent de répondre aux nombreuses questions qui se posent et d'apporter de la matière à l'élaboration de l'offre, de la stratégie et du plan d'affaires ou business plan. Ces études permettent également de positionner le projet, de le dimensionner ou structurer le projet, et de formaliser une stratégie pertinente. La conception d'un projet de création d'entreprise se résume au point clés suivantes :

- ✓ Rechercher la meilleure adéquation créateur/projet de création et entrepreneur/situation future;
- ✓ Être lucide, réaliste et pragmatique;
- ✓ Rechercher les cohérences, les complémentarités et les compatibilités à tous les niveaux ;
- ✓ Être clair sur la stratégie et en particulier le bénéfice pour le client;

- ✓ Rechercher des avantages concurrentiels durables.

### **c. Montage juridique et financement de projet :**

Le montage juridique est important, consiste à choisir une structure juridique a des conséquences fiscales et sociales sur le créateur et sa famille. D'autre part, la sélection du statut juridique de l'entreprise doit être faite en fonction du contexte stratégique, financier et humain. Il est nécessaire de sécuriser, les relations avec les tiers : salariés, investisseurs, partenaires, fournisseurs et sous-traitants, et la protection de l'innovation et de savoir faire immatériels lorsqu'il s'agit d'une création innovante.

Le financement est un aspect critique dans le lancement et le développement de l'activités du projet. Il faut convaincre les investisseurs de l'opportunité et de la faisabilité du projet. Le business plan permet d'engager le dialogue avec les banquiers et les investisseurs. À ce stade, le créateur doit parfaitement maîtriser son projet et être capable de répondre à toutes les questions posées par les partenaires financiers éventuels. La recherche de financement est un processus qui peut prendre plus ou moins de temps en fonction de l'importance des besoins et de la complexité du dossier.

Quelques conseils a propos du montage juridique et du financement de projet :

- ✓ avoir une connaissance parfaite du dossier.
- ✓ Se procurer des informations précises sur les partenaires financiers éventuels que l'on souhaite contacter.
- ✓ prendre un conseiller juridique et dans le cas d'une innovation, un expert en droit de la propriété industrielle.
- ✓ Ne pas sous-estimer ou négliger les aspects juridiques. S'efforcer d'analyser les conséquences d'une décision donnée sous l'angle juridique.

### **d. Lancement des activités :**

Le lancement des activités démarre avec la mise en ordre de marche de l'entreprise.

Pour cela, il est indispensable que tous les engagements pris par le créateur et ses partenaires soient concrétisés Sur le plan légal, et pour bien réussir le lancement des activités il faut :

- ✓ Ne pas perdre de temps.
- ✓ Aller droit à l'essentiel : obtenir des clients et des commandes.

- ✓ Avoir un tableau de bord avec quelques indicateurs et piloter réellement sa jeune entreprise.
- ✓ Bien utiliser ses ressources.

### III.3 La diversité des créations d'entreprise :

La création d'entreprises est une notion facettes multiple et que les entreprises nouvelles constituent un objet hétérogène (bruyat, 1994) construit une typologie qui met en évidence différents types de processus de création d'entreprise. Pour chacun des types, que nous appellerons archétypes, il est possible, en fonction de la configuration, d'associer un niveau d'incertitude, donc de risques<sup>34</sup>.

#### a. La création reproduction :

C'est une création qui se caractérise par une faible intensité du changement pour le créateur et une faible intensité de la nouveauté pour l'environnement. Dans ce cas, le niveau d'incertitude n'est pas très élevé. La création reproduction consiste à faire pour soi ce qu'on faisait déjà dans un emploi précédent. Les changements pour l'individu sont de faible ampleur et le processus de création peut être rapide, car le créateur potentiel possède les savoir-faire et les relations utiles à son projet.

#### b. La création imitation :

C'est une création qui se caractérise par une faible intensité de la nouveauté pour l'environnement, mais le changement pour l'individu peut être d'une plus grande ampleur. Le créateur d'entreprise, il ne dispose pas de l'ensemble des ressources et des compétences nécessaires. Il lui faudra donc évoluer de manière plus ou moins importante, en fonction de la complexité du métier et des types de savoir-faire à acquérir.

Donc, il essaye de monter et de développer une entreprise en utilisant une formule déjà bien établie. Le niveau d'incertitude est fonction de la capacité du créateur à acquérir, suffisamment vite, les compétences et les ressources nécessaires pour mener à bien le projet.

Si cela est possible, il convient de lancer les activités de l'entreprise de façon incrémentale, en réduisant les coûts irréversibles pour minimaliser le coût des erreurs et des dérives. Disposer du temps et des moyens nécessaires pour l'apprentissage est particulièrement critique pour la survie, à court terme, de la jeune entreprise. La création en

---

<sup>34</sup> ALAIN Fayolle, « Entrepreneuriat : apprendre à entreprendre », 2e édition DUNOD, 2012(Paris, p149).

franchise donne une très bonne idée de ce qu'est la création imitation. Les créations par analogie relèvent également de ce type générique.

Les deux premiers archétypes, création-reproduction et création-imitation, mettent l'accent sur la notion d'apprentissage du créateur. Les apprentissages à effectuer dépendent du projet, de ses évolutions et d'une façon plus large, des changements qui affectent le créateur au cours du processus et dans la situation de création d'entreprise.

### **c. La création innovation-valorisation :**

C'est une création qui se caractérise par la création d'entreprise à partir d'une manière de faire ou d'un produit nouveau dont il possède déjà le créateur les savoir-faire, L'expérience du créateur lui donnent des atouts, dans la mesure où il fait partie des « rares élus » qui peuvent percevoir et/ou mettre en œuvre certains types d'opportunités. Dans ce cas, l'incertitude réside d'une part, dans la vitesse de pénétration de l'innovation dans son environnement (adoption et valorisation de la nouveauté par les clients) et, d'autre part, dans les aléas de la mise au point technique et industrielle du projet. Dans ce cas L'intensité du changement est faible pour le créateur, mais la nouveauté est grande pour l'environnement.

### **d. La création innovation-aventure :**

Dans cette configuration de création d'entreprise le changement est très important. Ces situations de création sont très dynamiques, L'intensité du changement est élevée pour le créateur et la nouveauté est grande pour l'environnement.

Le niveau d'incertitude est très élevé et combine des aspects liés à l'apprentissage et à l'innovation. , les aléas et les imprévus sont fréquents, conduisant Le créateur et le projet à des adaptations et à des changements tout aussi fréquents. Le projet se construit et se reconstruit en même temps que le créateur doit faire évoluer ses compétences et ses ressources. La ténacité du créateur, sa résistance au stress, à l'ambiguïté et à la remise en cause incessante, ainsi que son aptitude à faire adhérer au projet de nouveaux partenaires constituent des qualités fondamentales pour que le projet puisse aboutir à une réussite.

**Conclusion**

À travers ce chapitre, nous avons essayé de faire une revue de la littérature concernant l'entrepreneuriat, en identifiant les principales théories et caractéristiques de l'entrepreneur.

L'entrepreneuriat en tant que phénomène socio économique est lié a la dynamique économique de la société qui permet a la création de richesses, Le développement du marché et des échanges, l'absorption du chômage par la création d'emplois .....Etc. donc c'est un phénomène complexe, il englobe à la fois.

L'entrepreneur, la création d'entreprises et l'esprit d'entreprendre. Néanmoins, le phénomène de la création d'entreprise est considéré comme son expression la plus représentative.



# **Chapitre 2 :**

# **L'accompagnement entrepreneurial**

### Introduction

Les dispositifs d'accompagnement sont considérés comme l'un des mécanismes les plus importants et les plus prépondérants car ils fournissent des services dans divers domaines et constituent le cadre le plus approprié pour soutenir les projets entrepreneuriaux et les adapter aux conditions environnantes, non seulement cela, ce soutien contribue également au développement et la rentabilité et a un impact positif car il aide à surmonter les problèmes et les difficultés, en particulier dans la phase de fondation, qui est l'une des plus difficiles. En conséquence, le nombre de structures soutenant l'entrepreneuriat a considérablement augmenté, en partie grâce à l'intervention constante du gouvernement.

En dehors de la phase de création, l'accompagnement peut être mieux appréhendé plusieurs facteurs impliqués dans le processus de développement et de mise en œuvre crée ou développer un projet. Si les structures locales de soutien fournir des ressources, des outils, des réseaux. On peut supposer qu'ils affectent aussi sur la représentation de l'entrepreneur qui s'établira à partir de son projet la capacité de développer et de traduire les connaissances en compétence entrepreneuriales.

Ce chapitre, traite en premier lieu les concepts fondamentaux de l'accompagnement entrepreneurial, et en second lieu les recherches sur l'accompagnement et les structures d'accompagnement, et en dernier lieu les avantages et les limites des structures d'accompagnement.

### I. Section 01 : concepts et fondements de l'accompagnement entrepreneurial

Le terme d'accompagnement est très souvent utilisé mais rarement défini, et généralement employé comme une notion générique permettant de regrouper de nombreuses pratiques. Il est donc nécessaire, avant de s'interroger sur la nécessité d'étendre l'accompagnement à l'ensemble des créations d'entreprise, de clarifier le concept d'accompagnement lui-même.<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup>Alain Fayolle et Romaric Cuzin, « Quel appui à la création d'entreprise », *L'expansion management review* 2006/ (N°120), pages 92à97.

**I.1 Définition de l'accompagnement :**

L'accompagnement ne concerne pas uniquement l'entrepreneuriat : la définition de ce terme, selon le dictionnaire Larousse (2014), reflète bien sa polysémie et son application dans différents domaines. Il est défini comme « *l'action d'accompagner quelqu'un dans ses déplacements* ». Ce terme s'emploie en cuisine pour désigner ce qui sert à accompagner un mets, en médecine, il s'agit d'accompagnement un mourant et, en musique, il fait référence à l'ensemble des sons qui s'harmonisent avec une ou plusieurs parties. Il peut encore s'agir d'accompagnement scolaire, social, spirituel ou sportif.

En entrepreneuriat, le constat est le même ; l'accompagnement a plusieurs facettes. Il s'agit d'un accompagnement dit « *formel* », administré par une structure d'accompagnement (qui peut être une structure dédiée à cette tâche) ou par une entreprise essaimant <sup>36</sup>(qui accompagne ses employés pour le lancement de leurs projets). « *Il peut aussi s'agir d'un accompagnement non formel procuré par les communautés minoritaires* » (Greene et Butler, 1996) qui se regroupent sur une base ethnique ou religieuse, entretiennent des relations étroites, fournissent un environnement encourageant pour les membres de la communauté, prennent des décisions pour le bien-être de cette communauté et instaurent une vraie stratégie d'intégration où un médiateur joue le rôle de lien. Kizaba (2008) parlent d'un « *accompagnement non professionnel* » résultant de l'aide obtenue des amis et des membres de la famille. Ces différentes facettes de l'accompagnement le rendent difficile à cerner. Paul (2002) parle même de « *la nébuleuse de l'accompagnement* » : qui est due à la polysémie de ce terme, puisque, dans la langue française, il est synonyme d'aide, de conseil et de soutien alors que, dans la langue anglaise, l'accompagnement se réfère plutôt à des termes tels que le coaching, le tutoring, le sponsoring ou le mentoring.

Malgré la diversité des concepts et des pratiques d'accompagnement, la plupart des recherches s'accordent à souligner son importance pour le démarrage, le développement et la pérennisation des entreprises. Pour Berger-Douce (2001), « *l'accompagnement joue le rôle de catalyseur en facilitant et en accélérant la création d'entreprises* ».

Aerts et al. (2007) considèrent « *l'accompagnement comme un instrument qui permet de contrer l'importance du taux d'échec des entreprises* ». Pour Kizaba (2008), « *il vise à rendre*

---

<sup>36</sup> Nous renvoyons pour cela aux travaux d'Attitalah Imen qui travaille sur l'essaimage, forme d'accompagnement par une entreprise, sous la direction du Professeur Robert Paturel (2014).

*le porteur de projet autonome et à l'aider à faire cheminer son idée pour qu'elle aboutisse à un projet de création viable ».*

Pour l'Agence pour la création d'entreprise (APCE), « *l'accompagnement doit réunir les composantes suivantes : la durée (de plusieurs mois à plusieurs années), la fréquence des relations, l'unicité de la structure d'accompagnement (la relation de confiance se noue avec un conseiller en particulier) et la prise en compte de la diversité des problèmes qui se posent au créateur d'entreprise* ». <sup>37</sup>

Dokou propose, quant à lui, le concept d'accompagnement entrepreneurial, qu'il inscrit dans une perspective d'aide au conseil à la création d'entreprise et au management stratégique. « *Il s'agit d'une méthode fondée sur l'heuristique de la décision et sur la systémique* ». <sup>38</sup> En fait, l'approche se veut collective et encourage le dirigeant à reproduire progressivement la démarche intellectuelle de l'accompagnateur, dans le cadre des impératifs organisationnels et du contexte socio-économique général.

### **I.2 Les étapes de l'accompagnement :**

L'accompagnement de l'entrepreneur est généralement compris comme le processus d'assistance au porteur de projet, comprenant trois étapes :

#### **a. L'accueil :**

Il est un temps d'information, de sensibilisation et d'orientation ou réorientation des porteurs d'idées. Il marque le début du traitement de l'idée et laisse une grande place à l'expression du porteur, ce dernier se présentant et exposant son projet

(l'historique de l'idée, raisons de ce choix ...), puis détaillant plus ou moins la formalisation écrite du projet et les informations déjà réunies. <sup>39</sup>

Sur la base de ces données, les consultants peuvent aider à définir produits et/ou services, et conseiller les porteurs de projets sur d'autres informations recueillir puis détecter les besoins en formation technique ou managériale. Enfin, en fournissant méthode

---

<sup>37</sup> APCE, « L'accompagnement des créateurs d'entreprise en France : définitions, pratiques et résultats », note d'analyse NA 172, 2000.

<sup>38</sup> G. A. Dokou Kokou, « Accompagnement entrepreneurial et construction des facteurs clés de succès », Xe conférence de l'AIMS, université de Laval, 2001.

<sup>39</sup> BOUGHANEM. F, « L'entrepreneuriat féminin et son accompagnement : cas de l'accompagnement par l'ANSEJ des femmes entrepreneurs de la wilaya de Tizi-Ouzou », Thèse de magister, FSECG-UMMTO, 2008, P. 94

d'assistance anonyme, les consultants doivent fournir des informations apportées aux titulaires des méthodes, une assistance et accompagnement existant et orientant éventuellement le porteur vers un organisme complémentaire. Enfin, il a fait un diagnostic préliminaire du projet.

### **b. L'accompagnement proprement dit :**

Généralement, il est constitué de deux parties : l'accompagnement au montage du projet et un accompagnement financier. Suivant la personnalité et les besoins du porteur, l'accompagnement au montage inclut des phases d'aide au murissement du projet, des temps de l'formation technique ou à la gestion, et à la réalisation de l'étude de faisabilité jusqu'à la concrétisation éventuelle du projet.<sup>40</sup> Précisément, il couvre notamment : le soutien aux études de marché, les études de faisabilité, détecter les besoins de formation inachevés, aide au chiffrage, aide au montage Juridique.

### **c. Le suivi post-crédation :**

Comprends toutes les formes d'appui au chef d'entreprise, visant à l'aide à mettre en place des outils de gestion adaptés, lui apporter des conseils pour la prise de décision , l'aider à définir et à réaliser sa stratégie commerciale , insérer son entreprise au mieux.<sup>41</sup>

## **I.3. Les différentes formes d'accompagnement :**

Malgré la variété des formes, l'accompagnement présente un certain nombre d'invariants, qui peuvent être représentés dans le tableau suivant :

---

<sup>40</sup> Idem, p95.

<sup>41</sup> Optc, p96.

**Tableau n°1 : Les différentes formes d'accompagnement :**

| <b>Les formes de l'accompagnement</b> | <b>Objectifs pour l'accompagné</b>   | <b>Mode opératoire</b>   | <b>Domaines d'application</b>   |
|---------------------------------------|--|--|---|
| <b>Coaching</b>                       | Augmentation des performances individuelles.   | Accompagnement individuel pour accroître la confiance en soi.  | Sportifs, commerciaux. Cadres d'entreprises.                          |
| <b>Tutorat</b>                        | Acquisition de savoir-faire et intégration dans l'entreprise.                                | Accompagnement d'un jeune par une personne plus âgée et plus expérimentée issue de l'entreprise.                                   | L'entreprise en général   |
| <b>Compagnonage</b>                   | Acquérir des savoir-faire ancestraux.  | Forme de tutorat mais exercée au sein d'une confrérie et sur des métiers manuels.  | Métiers manuels   |
| <b>Parrainage</b>                     | S'insérer dans la vie professionnelle en profitant du réseau d'un parrain.                   | Aide à l'insertion professionnelle par une personne bien insérée dans les réseaux.   | Les organisations en général.   |
| <b>Mentorat</b>                       | Bénéficier de l'expérience d'un sénior pour bien gérer une carrière professionnelle.         | Aide intergénérationnelle entre une personne expérimentée (souvent retirée des affaires) et un individu souhaitant faire carrière. | Divers domaines des organisations (direction, reprise d'entreprise).  |
| <b>Counselling</b>                    | Aider un individu à résoudre des problèmes personnels ou à sortir d'une crise existentielle. | Psychothérapies individuelles entre autres.  | Tout individu rencontrant des problèmes personnels.                   |
| <b>Conseil et consultance</b>         | Aider un individu à solutionner un problème spécifique                                       | Appui d'un expert (médecin, avocat, consultant, scientifique...).  | Toute situation nécessitant une expertise dans un domaine spécifique. |

**Source :** adapté de Paul (2004)

On voit tout d'abord que certaines formes sont extrêmement proches .c'est le cas par exemple du compagnonnage et du tutorat. Si l'on élargit le spectre, on constate que toutes ces formes vise la réussite d'un individu qu'il s'agisse d'augmenter les performances individuelles, de sortir d'une impasse, de s'insérer professionnellement ou d'acquérir un certain savoir-faire.

L'accompagnement est, par ailleurs, individuelle .Il se présente sous la forme d'une aide d'un individu par un autre .l'accompagnement est donc à distinguer de l'enseignement, par exemple, qui vise la transmission de savoirs à des groupes d'étudiants.

Mais la caractéristique principale réside dans le fait que l'accompagnement dispose d'une expertise et/ou d'une expérience supérieur à l'accompagné. D'après Paul (2004), toutes les formes d'accompagnement suivent les mêmes principes quels que soient leurs champs d'application. On représente ces principes dans le tableau suivant :

**Tableau n°2 : Les principes de l'accompagnement**

| <b>Les principes de l'accompagnement</b> | <b>Description</b>  |
|--|---|
| <b>Principe d'asymétrie</b>              | La relation est d'inégale puissance : l'accompagnement réside toujours dans l'aide que peut apporter un individu expérimenté ou expert à un autre qui exprime un besoin                                   |
| <b>Principe de parité</b>                | L'accompagnement n'est pas une relation d'autorité de type direction ou commandement. Il s'agit d'une aide non suivie de sanction.  |
| <b>Principe de co-mobilisation</b>       | L'accompagnement et l'accompagné cheminent en commun, dans un mouvement de transformation .D'après le petit Larousse, « accompagner » signifie « aller quelque part avec quelqu'un, conduire, escorter ». |
| <b>Principe de circonstance</b>          | L'accompagnement répond à un besoin spécifique né de circonstances. C'est généralement l'accompagné qui va chercher l'accompagnant.   |
| <b>Principe de temporalité</b>           | L'accompagnement présente un début et une fin. Il se termine lorsque l'accompagné a (re) trouvé son autonomie.  |

Source : adapté de Paul (2004).

## **II. Section 02 : Les recherches sur l'accompagnement et les structures d'accompagnement**

Selon Albert et Gaynor, (2001), les premières structures d'accompagnement ont vu le jour en 1959 aux Etats-Unis, plus précisément à Batavia à New York. En 1984, on comptait vingt-six structures d'accompagnement aux Etats-Unis. Ces structures ont, par la suite, fait leur apparition en Europe et dans le reste du monde grâce au développement des recherches

scientifiques qui mettent l'accent sur leur impact réel sur la dynamisation du marché par l'aide à la création de nouvelles entreprises.

Les premières recherches sur les structures d'accompagnement ont commencé en 1984 avec la présentation des premiers résultats sur les profils <sup>42</sup>des structures d'accompagnement de Temali et Campbell, (1984) et les travaux se sont généralisés à partir de 1987. En 2001 et 2004, Albert et Gaynor et Hackett et Dilts ont tenté de recenser les recherches sur les structures d'accompagnement depuis leur apparition en regroupant plus de 240 publications sur ces institutions en rapport avec l'entrepreneuriat.

Nous présenterons, dans un premier paragraphe, les principaux résultats (d'Albert et Gaynor, 2001) qui ont effectué une revue de la littérature de 200 articles portant sur les structures d'accompagnement. Dans un deuxième paragraphe, nous exposerons ceux (d'Hackett et Dilts, 2004) qui ont porté sur 40 articles.

### **II.1 Les recherches d'Albert et Gaynor (2001) :**

Selon (Albert et Gaynor, 2001), il existe cinq types de participants qui ont contribué à la réalisation et à la diffusion des recherches sur l'accompagnement qui sont, les collaborateurs académiques, le corps politique et gouvernemental tel que, l'Organisation pour la Coopération Économique et le Développement (OCDE), les directeurs des structures d'accompagnement, les organisations officielles comme la NBIA <sup>43</sup> et enfin les organismes de consulting tels que le cabinet Ernest Young. Ces différents contributeurs ont participé à la diffusion des recherches sur le phénomène d'accompagnement.

(Albert et Gaynor, 2001) ont, par la suite, classé ces recherches en fonction de leurs objectifs et ont distingué trois groupes, à savoir les recherches descriptives, les recherches prescriptives et les recherches évaluatives. <sup>44</sup>

#### **a. Les recherches descriptives :**

Ces recherches tentaient de définir l'accompagnement en identifiant les caractéristiques communes des structures d'accompagnement. Elles avaient aussi pour objectif de classer ces structures en se basant sur l'emplacement de ces dernières (rural/urbain), leur but (lucratif/non lucratif) et selon leur configuration (résidentiel/virtuel), d'identifier les critères distinctifs

---

<sup>42</sup> Hackett et Dilts (2004).

<sup>43</sup> National Business Incubator Association.

<sup>44</sup> Imen Maalel, « La performance des structures d'accompagnement (cas de la Tunisie) », thèse de Docteur en sciences de gestion, université de Bretagne occidentale .Brest 2014, p 51.



entre certains types de structures d'accompagnement spécifiques et, enfin, de mettre en place leur cycle de vie.<sup>45</sup>

**b. Les recherches prescriptives :**

Ces recherches ont pour objectif d'illustrer le rôle des structures d'accompagnement dans le développement économique, d'identifier les caractéristiques des programmes d'accompagnement qui ont réussi, d'examiner les problèmes qui peuvent survenir dans la gestion d'une structure d'accompagnement et de mettre en place des guides pratiques et méthodologiques pour aider à leur gestion.<sup>46</sup>

**c. Les recherches évaluatives :**

Ces recherches ont pour rôle d'établir des unités de mesure avec lesquelles un programme d'accompagnement peut être évalué, de mesurer l'impact des structures d'accompagnement sur les entreprises et sur l'économie locale, de classer les services offerts par les programmes d'accompagnement et d'évaluer la réussite de leurs interventions.<sup>47</sup>

## **II.2 Les recherches d'Hackett et Dilts (2004) :**

Hackett et Dilts (2004) se sont basés sur l'année de développement et la problématique des recherches sur l'accompagnement afin de pouvoir les classer. Cette classification a permis de distinguer cinq groupes de recherches :

**a. Les recherches sur le développement des structures d'accompagnement de 1984-1987 :**

Selon Hackett et Dilts (2004), les recherches<sup>48</sup> qui se sont développées entre 1984 et 1987 se sont orientées vers la définition de l'accompagnement et l'explication de l'apparition et du développement des structures d'accompagnement. Ces publications ont conduit à proposer une taxinomie qui classe ces structures sur la base des sponsors financiers en tenant compte du point de vue des entrepreneurs accompagnés. Elles ont aussi tenté de donner quelques recommandations afin d'améliorer le développement de ce genre de structures comme la mise en place d'un conseil d'administration.

---

<sup>45</sup> Albert et Gaynor(2001) classent parmi les recherches descriptives, par exemple, les recherches d'Allen et McClusky(1990), Main (1994, 1998) et Sherman et Chappell(1998).

<sup>46</sup> Parmi les recherches prescriptives, les auteurs citent Campbell et al. (1988), Autio et Klofsten, (1998) et Hansen et al. (2000).

<sup>47</sup> Parmi les recherches évaluatives, les auteurs citent Markley et McNamara(1996) et Lalkaka et Bishop(1996).

<sup>48</sup> Parmi les recherches reprises par Hackett et Dilts (2004) et appartenant à ce groupe, nous citons Brooks (1986), Smilor et Gill (1986), Allen et Rahman (1985).

**b. Les recherches sur la configuration des structures d'accompagnement de 1987-1990 :**

Ces recherches<sup>49</sup> portent sur la nature des configurations des structures et expliquent comment les différentes composantes de l'activité de la structure d'accompagnement facilitent la transformation d'une proposition d'affaires en un commerce viable.

Ces travaux se sont aussi intéressés aux critères de sélection des candidats à l'accompagnement pour dégager les facteurs de succès de l'accompagnement. Selon Hackett et Dilts (2004), ces publications apportent un éclairage sur les variables de sélection des porteurs de projets, mais ne donnent pas de précisions sur la meilleure configuration adoptée.

**c. Les recherches sur le développement des entreprises accompagnées de 1987-1988 :**

Ces recherches<sup>50</sup> présentent le processus de développement des entreprises accompagnées et la manière dont les structures d'accompagnement maintiennent un environnement favorable à la création. La principale question soulevée par ces recherches est connaître le rôle de la planification et du dirigeant de la structure dans le processus de développement des entreprises.

**d. Les recherches sur l'impact des structures d'accompagnement de 1990-1999 :**

Ces recherches<sup>51</sup> se sont intéressées aux mesures du succès des structures d'accompagnement comme le degré d'adéquation entre les services offerts et les besoins du marché, à l'évaluation du succès des entrepreneurs accompagnés par des indicateurs tels que le taux de survie des entreprises après la sortie des locaux de la structure accompagnatrice, la croissance du nombre d'emplois et l'innovation. Ces recherches se sont intéressées à l'impact économique de ces structures sur la communauté.

---

<sup>49</sup> Parmi les recherches citées par ces auteurs et appartenant à ce groupe, nous relevons Kuratko et Lafolette (1987) et Lumpkin et Ireland (1988).

<sup>50</sup> Parmi les recherches analysées par ces auteurs et appartenant à ce groupe, nous citons Stuart et Abetti (1987) et Fry (1987).

<sup>51</sup> Parmi ces recherches, figurent celles de : Main (1994), Autio et Klofsten (1998).

**e. Les recherches de théorisation du phénomène d'accompagnement de 1996-2000 :**

Ces recherches<sup>52</sup> ont tenté d'élaborer des théories ou d'appliquer des théories existences afin d'expliquer le phénomène d'accompagnement. Parmi les théories recensées par Hackett et Dilts (2004), nous pouvons citer la théorie de la contingence structurelle qui explique que la configuration de l'organisation et de l'environnement doivent aboutir à une adéquation pour permettre le succès. Il y a aussi la théorie du réseau qui précise que le transfert des connaissances à travers le réseau de l'incubateur crée les conditions qui facilitent le développement des entreprises accompagnées et la commercialisation de leurs produits.

**II.3 Les types de structures d'accompagnement :****a. Les pépinières :**

La définition d'une pépinière d'entreprises selon le dictionnaire Larousse (2014) est « une structure d'accueil temporaire proposant des locaux, des aides et des services adaptés aux besoins spécifiques des entreprises en création ou nouvellement créées ».

Le concept de pépinière a été souvent utilisé en agriculture et désigne soit un endroit ou un établissement où les plantes et les arbres sont développés, soit un endroit où les animaux se multiplient. Selon Masmoudi, (2007), il y a une distinction entre la pépinière de projet qui est « *un organisme d'entraînement au métier de chef d'entreprise qui apporte des services matériels et immatériels*<sup>53</sup> ». et une pépinière d'entreprises qui est « *une structure qui accueille des entreprises après leur création effective et propose des services indispensables à leurs développement en limitant le risque d'échec*<sup>54</sup> ».

Le concept de pépinière reste donc assez vague, il est utilisé dans plusieurs domaines et peut désigner deux types de structures à la fois.

**b. Les incubateurs :**

Selon Albert et al. (2002), les incubateurs sont « *des structures d'appui à la création d'entreprise, qui accordent des ressources spécialisées dédiées à l'accompagnement et l'assistance des entreprises avant leur création ou pendant les premières années de leur vie*

---

<sup>52</sup> Parmi les recherches citées par (Hackett et Dilts, 2004) et appartenant à ce groupe, notons les travaux de Hansen et al(2000) et Nowak et Grantham (2000).

<sup>53</sup> Bruyat, (1992).

<sup>54</sup> Masmoudi (2007), page 63.

<sup>55</sup>». La première distinction que nous pouvons faire entre pépinière et incubateur est que la première est dédiée aux entreprises avant leur création, quant au second, il est destiné aux entreprises pendant les premières années de leur démarrage. Or, selon ces auteurs, le terme « incubateur » aux Etats-Unis désigne les pépinières et recouvre à la fois les structures d'appui avant et après la création.

Cette distinction n'est donc pas partagée par tous les pays. Pour comprendre et classer les incubateurs, Albert et al. (2002) proposent six variables clés de distinction qui sont :

- ✓ **Les promoteurs** : Ce sont les acteurs intervenant dans le domaine de l'incubation ; ils sont des promoteurs publics ou privés.
- ✓ **Les missions et les objectifs** : Certains incubateurs ont comme objectif la création d'emplois, d'autres le développement de l'activité économique, le profit ou la valorisation des technologies ou la revitalisation des zones en difficultés.
- ✓ **Le type de projet** : Les incubateurs sont « généralistes » ou spécialisée dans un secteur déterminé et ils s'adressent à des populations particulières.
- ✓ **Les types de services offerts** : Les incubateurs offrent des services administratifs de base (téléphone, fax) ou des services de conseil et d'assistance, des services de formation ou des services de réseautage.
- ✓ **Le modèle de financement** : Le financement des incubateurs provient de l'externe (subvention, sponsoring) ou des revenus internes (loyer, royalties).
- ✓ **Le contexte** : les incubateurs diffèrent les uns des autres selon leur emplacement (rural-urbain) ; ils sont conditionnés par la culture et l'accès à différents réseaux d'affaires qui dépendront du capital sociale des responsables de l'incubateur.

Ainsi, c'est en fonction de ces six variables que les types d'incubateurs se différencient. Nous pouvons trouver des incubateurs universitaires, des incubateurs technologiques, etc.

### **c. Les technopoles :**

Selon Burnier et Lacroix ( 1997), une technopole est « *un système ouvert de coopération entre chercheurs, industriels et aménageurs matérialisé dans une zone périurbaine de dimension variable allant d'un petit parc scientifique à tout un cyber parc* ».

---

<sup>55</sup> Albert et al. (2002), page 8.

Le concept clé de la technopole est la circulation des idées et l'échange des compétences. L'accès à ces structures se fait à des coûts attractifs. Par contre, l'un des inconvénients de ce type de structure mis en évidence par Berger-Douce (2001), est que la technopole regroupe des acteurs différents et issus de divers domaines, ce qui peut poser des problèmes de divergence d'opinion, alors que la performance d'un dispositif d'accompagnement repose sur un fort consensus entre ses acteurs sur les objectifs, les missions et les moyens à mobiliser.

#### **d. Les différentes définitions des structures d'accompagnement :**

Comme nous l'avons fait remarquer avant qu'il existe plusieurs types de structures d'accompagnement pour la plupart, ont le même objectif : celui d'aider et d'accompagner les jeunes porteurs de projets à les faire aboutir. De même et comme le stipulent Hackett et Dilts (2004), il n'existe pas de consensus sur les différents termes employés (certains auteurs parlent d'incubateurs, d'autres de pépinières, etc.) .A cette effet, nous présentons quelques-unes de ces définitions dans le tableau suivant :

**Tableau n°3 :** Les différentes définitions des structures d'accompagnement <sup>56</sup>

| <b>Les auteurs</b>          | <b>Les définitions</b>   | <b>Les points de divergence</b> | <b>Les points de convergence</b>     |
|-----------------------------|--|---------------------------------|--------------------------------------|
| (Mian, 1996 :3)             | C'est une infrastructure qui fournit une variété de services et un milieu favorable pour l'entrepreneuriat.  | Accès aux différents services.  | Création d'entreprises.              |
| (Albert et Gaynor, 2001 :3) | C'est un endroit où les professionnels offrent des ressources organisées, un environnement favorable et des services de soutien dédiés aux entreprises pour renforcer leur développement.                                  | Accès aux différents services.  | Développement des entreprises        |
| (Albert et al.2002 :8)      | Ce sont des structures d'appui à la création d'entreprises. Ils réunissent des ressources spécialement dédiées à l'accompagnement et l'assistance des entreprises avant leur création ou dans les premières années de leur | Accès aux ressources            | Appui, assistance des entrepreneurs. |

<sup>56</sup> Imen Maalel, «Les recherches sur le phénomène d'accompagnement de 1996 à 2013 », p18.

|                                  | vie.   |  |   |
|----------------------------------|--|--|---|
| (Hackett et Dilts, 2004 :57)     | C'est un espace de partage des facilités qui cherche à fournir aux incubés un système d'intervention, de contrôle et d'assistance stratégique. | Octroi de facilités.                       | Contrôle et assistance des entrepreneurs  |
| (Berge-Douce, 2005)              | C'est un catalyseur du processus entrepreneurial dont la mission est d'assurer la faisabilité du projet.                                       | Accès au réseau                            | Assurer la faisabilité du projet.         |
| (Bollingtoft et Ulhoi, 2005 :20) | C'est une infrastructure adaptée pour supporter et alimenter l'établissement et le développement des PME                                       | Accès à l'infrastructure (support physique | Création et développement des entreprises |

Nous remarquons, selon le tableau précédent, que les définitions des structures d'accompagnement sont différentes : certaines mettent l'accent sur les ressources accessibles grâce à ces structures, d'autres sur les services offerts et d'autres encore sur le réseau ou le processus d'accompagnement. Pourtant toutes ces définitions s'accordent sur le fait que ces structures ont pour objectif d'aider, d'accompagner les entrepreneurs à créer et développer leur entreprise.

Donc, les structures d'accompagnement sont « *des structures d'appui à la création d'entreprises qui offrent aux créateurs potentiels un ensemble de prestations et un réseau entrepreneurial en les mettant en relation avec les principaux partenaires du monde des affaires*<sup>57</sup> ».

---

<sup>57</sup> Maalel et Mbarek, (2009), page 2.

**III. Section 03 : L'aide et l'accompagnement à la création d'entreprises :**

En intégrant une structure d'accompagnement, les porteurs de projet s'attendent à ce que cette dernière réponde à leurs besoins en leur accordant un certain nombre de services au cours de son processus d'intervention.

**III.1 Les besoins des porteurs de projet :**

Pour se lancer dans la création d'une entreprise, les porteurs de projet font face à un certain nombre de difficultés et intègrent ainsi une structure d'accompagnement pour qu'elle les réduise<sup>1</sup>. Parmi celles-ci, figure l'accès aux ressources financières ; un porteur de projet peut décider de poursuivre ou non dans la voie de la création en fonction des ressources dont il dispose et qu'il peut se procurer. En effet, l'accès au financement est souvent cité comme l'un des obstacles les plus importants que peut rencontrer un porteur de projet (Uzzi, 2007).

Un autre obstacle auquel doit faire face le porteur de projet, est le manque de légitimité face aux clients, aux fournisseurs, aux autres entrepreneurs et l'absence de réseau de contact.

Cet obstacle a même été identifié comme un handicap de nouveauté (Cabbal, 1998). Le porteur de projet a ainsi besoin d'être reconnu et légitimé sur le marché pour pouvoir poursuivre son activité. A cet effet, il intègre une structure d'accompagnement pour bénéficier de sa réputation, de son image de marque et pour que la structure lui permette d'entrer en contact avec différentes parties prenantes.

Une autre raison qui peut pousser un porteur de projet à vouloir intégrer une structure d'accompagnement, est son manque de compétences dans certains domaines relatifs à l'activité de son entreprise. Le porteur de projet peut être un technicien (possédant des compétences techniques) et ne quasiment rien connaître du monde de la gestion, du management, du marketing ou de la stratégie ou, au contraire, il peut être un gestionnaire et avoir quelques défaillances sur le plan technique.

Enfin, un autre besoin que souhaite combler un porteur de projet en intégrant une structure d'accompagnement, est l'accès à certains services qui peuvent faciliter l'exercice de son activité, ect.

**a. Les services offerts par les structures d'accompagnement :**

Les structures d'accompagnement peuvent accroître les connaissances des porteurs de projet et permettre le développement des compétences de ces derniers. En effet, selon Carrier et Tremblay (2007), les structures d'accompagnement visent un apprentissage facilitant les premières fonctions de l'entrepreneur et l'acquisition de compétences managériales, de compétences technico-fonctionnelles et de compétences entrepreneuriales. Les compétences entrepreneuriales regroupent les compétences individuelles (connaissances et expériences), les compétences professionnelles (compétences dans le monde du travail), les compétences collectives et les compétences organisationnelles (La violette et Loué, 2007).

L'amélioration et l'augmentation des connaissances et des compétences des porteurs de projet passent par le service « formation » qu'offre la structure d'accompagnement. Elle peut aussi proposer des services administratifs (aide dans les démarches administratives, mise à disposition de bureaux, de fax, de téléphone, de secrétaire, etc.) soit tout service qui peut faciliter l'exercice de l'activité de l'entreprise et du métier d'entrepreneur. Un autre service de la structure d'accompagnement qui peut à la fois répondre au besoin de légitimité et au besoin de financement du porteur de projet, est le réseautage (la mise en réseau).

grande visibilité de l'entreprise sur le marché, de dépasser le handicap de nouveauté, d'accéder à des informations qui n'auraient pas pu être obtenues autrement ou qui auraient pu l'être, mais à des coûts plus élevés.

Les avantages de ces structures d'accompagnement sont très nombreux, et ont été mis en évidence par beaucoup de chercheurs<sup>1</sup>. Ces derniers s'accordent à dire que le service de mise en contact qu'offrent les structures d'accompagnement, est un véritable atout pour le porteur de projet et il conditionne la survie de l'entreprise et, par voie de conséquence, améliore la performance de ces structures<sup>1</sup>. Les services offerts peuvent ainsi constituer un critère d'évaluation de la pertinence de l'intervention des structures d'accompagnement.

**III.2 L'intervention des structures d'accompagnement :**

Selon Paturel (1997) et Paturel et Masmoudi (2005), le processus de création et d'accompagnement se déclenche lorsque la composante stratégique<sup>1</sup> et la composante psychologique<sup>1</sup> de la démarche de création sont en interaction. Ce processus comporte trois phases avec la phase de pré-incubation, la phase d'incubation et celle de post-incubation (Paturel, 2009).



**a. La phase de pré-incubation :**

Cette phase est importante pour modéliser les deux composantes de la démarche de création, mais aussi pour l'évaluation de la pertinence du projet et pour détecter les besoins en accompagnement des porteurs de projet. Il s'agit en pratique de diagnostiquer les projets et d'accepter ou non la candidature d'un porteur de projet en fonction de sa position par rapport à la zone de cohérence stratégique<sup>1</sup>.

**b. La phase d'incubation :**

Elle est celle qui reflète le mieux la dynamique, puisque c'est dans cette phase que la structure d'accompagnement va interagir avec l'entrepreneur et son entreprise. Elle va ainsi repositionner les projets détectés pour les faire parvenir dans la zone de cohérence du modèle.

La structure va donc agir en essayant d'avoir une influence sur les besoins de l'entrepreneur en termes de motivation et d'aspiration.

Selon Watson (2007), le réseautage permet l'accès aux ressources encastrées dans le réseau, d'entretenir des relations avec des banquiers, ce qui facilite ainsi l'obtention de crédit (Uzzi, 2007). Il légitime l'entrepreneur en tant que jeune patron, grâce à une plus et de ressources et en accordant à l'entrepreneur des services tels que la formation et l'accès aux ressources financières.

La structure peut enfin avoir une influence, en accordant à l'entrepreneur le service d'accès à l'information qui permettra à ce dernier de détecter des opportunités d'affaires avec leurs marchés pertinents correspondants. La structure agira donc indirectement sur les possibilités offertes par l'environnement que doit retenir l'entrepreneur potentiel.

**c. La phase de post-incubation :**

Cette phase est celle de la stabilisation du projet dans sa zone de cohérence stratégique. Elle permet aussi la validation des stratégies de développement des entreprises accompagnées. Dans cette étape, la structure assure le suivi de l'entreprise, limite les risques d'échec pour faciliter la pérennisation future de l'affaire. Selon Hughes et al. (2007), l'équipe managériale de la structure construit un réseau et le rend accessible aux entreprises.

accompagnées qui n'auront qu'à le rejoindre sans perdre un temps considérable à construire leurs propres réseaux. Ce service de réseautage joue ainsi un rôle clé dans la croissance des entreprises accompagnées.

### **III.3 Particularisation des facteurs clés de succès :**

Les pratiques d'accompagnement associent de plus en plus les aides quantitatives aux soutiens qualitatifs. En fait, le succès ou l'échec de la création d'entreprise dépend comme nous l'avons vu du créateur lui-même, mais celui-ci ne peut rien s'il ne dispose pas d'un certain nombre de ressources et de compétences propres:

- ✓ Un meilleur accès à l'information et à la mise en relation avec différents partenaires.
- ✓ Des fonds, des capitaux, des prêts et garanties.
- ✓ Une structure, des bâtiments, des infrastructures.
- ✓ Le Savoir-faire de consultants et de personnels qualifiés.
- ✓ L'accès aux technologies utiles.
- ✓ -L'accès aux marchés pertinents.

Pourtant, le fait d'avoir à disposition toutes les ressources et moyens à la création d'entreprise ne garantit pour cela la réussite future de celle-ci. Pour mener à bien son projet, le créateur doit maîtriser un certain nombre de compétences et d'outils. L'accompagnement permet de lui faire comprendre qu'il a un besoin réel d'apprentissage pour mieux piloter son entreprise que ce soit dans la première phase de la création ou dans la gestion future. L'accompagnement doit commencer tôt dans une perspective de particularisation des facteurs clés de succès connus.

Les motivations et les facteurs de personnalité facilitent la réalisation et le succès du projet de création (Debourse et Paillot, 1996; Gartner et al, 1994; Bygrave et Hofer, 1991; Horsby et al., 15 1993; Heron et al., 1991; Boutillier et Uzunidis, 1998). Il s'agit, notamment, de l'âge, du niveau d'instruction et du savoir-être. Le passé du créateur, son diplôme, son expérience, sa personnalité conditionnent son succès ou son échec. En effet, l'expérience dans le domaine est un facteur de succès. L'âge du créateur influence la survie. Il faut connaître ses limites, avoir des objectifs clairs, être meneur d'équipe, être responsable, avoir un esprit de compétition, savoir prendre des risques, des initiatives, développer ses connaissances du secteur, être honnête. En plus, il faut avoir

des compétences pratiques, théoriques, techniques, méthodologiques. De surcroît, il faut des compétences de gestion. C'est-à-dire que le créateur doit avoir des compétences de stratégie, de comptabilité, de techniques financières et commerciales. Un autre type de compétences est indispensable : celles du comportement.

En effet, le savoir être aura des effets sur le choix des clients qui vont ou non acheter leurs produits à la société. Il faut agir en tant que chef d'entreprise pour être reconnu comme tel, et ainsi acquérir une plus grande notoriété. Ce sont les relations avec les clients, qui vont définir le succès de l'entreprise. Une autre partie des relations, c'est celles avec le personnel. Il faut savoir choisir le personnel qualifié, le motiver. La communication interne de l'entreprise doit se développer en permanence pour réussir

D'ailleurs, hormis des qualités d'écoute, de communication, il doit savoir dialoguer, négocier avec les fournisseurs. La recherche d'un potentiel de clients est un facteur de succès au démarrage. L'exploitation de ce potentiel passe par la capacité de l'entrepreneur (au sens de Fayol) à prévoir, organiser, commander, coordonner, et à contrôler. Le contact permanent avec ses interlocuteurs et la prise d'initiatives personnelles, font partie d'une telle capacité entrepreneurial.

## **Conclusion**

En conclusion, nous soulignons l'importance des structures d'accompagnement dans le processus entrepreneurial (allant de la pré-crétion jusqu'à la création et à la poste création).

Dans un contexte caractérisé par la libéralisation des marchés, la transition vers l'économie de marché, la croissance du chômage. Les pouvoirs publiques sont davantage poussés à intervenir en faveur de la création d'entreprises et à l'accompagnement des différents catégories de porteurs de projet de création d'entreprises.

Ainsi, l'appui à la création d'entreprise s'est développé et s'est diversifié afin de répondre aux différents besoins des entrepreneurs potentiels, qu'il soit homme ou femme.

Même si les pratiques de l'accompagnement se sont développées depuis un peu plus de vingt ans dans les pays développés elles restent à leur phase primaire dans les pays sous-développés.



# **Chapitre 3 :**

## **L'entrepreneuriat et l'accompagnement entrepreneurial dans la wilaya de Bejaia**

## **Introduction**

Comme le phénomène entrepreneurial a touché tout le territoire algérien, et comme la politique d'accompagnement entrepreneurial en Algérie n'est pas limitée à nombre restreint de wilaya, la wilaya de Bejaia est vue comme l'une des régions les plus entrepreneuriales en Algérie. En fait, elle est classée, selon la direction de l'industrie en sixième position en matière d'entrepreneuriat au niveau national. Et elle a eu sa part en accompagnement entrepreneurial vu que différents organismes d'accompagnement sont implantés sur son territoire.

Et pour mieux révéler la relation entre l'entrepreneuriat et l'accompagnement entrepreneurial dans cette wilaya (section 3) qui se traduit dans notre travail de recherche par la contribution des organismes d'accompagnement à la promotion de l'activité entrepreneuriale dans cette wilaya, il est important de présenter en premier lieu dans ce chapitre l'entrepreneuriat dans cette wilaya (section 1) et en deuxième lieu l'accompagnement entrepreneurial tout en présentant les différents organismes d'accompagnement (section 2).

### **I. Section 01 : L'entrepreneuriat dans la wilaya de Bejaia :**

Il est question de présenter dans cette section l'entrepreneuriat dans la wilaya de Bejaia en se focalisant essentiellement sur la population de PME entreprenant dans son territoire. Comme il s'agit d'aborder l'activité entrepreneuriale dans cette wilaya, il est crucial de porter de prime abord un cliché informationnel sur les caractéristiques de cette wilaya et puis de présenter le parc entrepreneurial dont elle dispose.

#### **I.1 Présentation de la wilaya de Bejaia :**

La présentation de la wilaya de Bejaia dans notre travail de recherche porte essentiellement sur deux dimensions : la dimension géographique et la dimension économique.

### I.1.1 La dimension géographique de la wilaya de Bejaia :

La wilaya de Bejaia est située au nord-est de l'Algérie. Elle est délimitée, part : la mer méditerranée au Nord, et la wilaya de Jijel à l'Est, les wilaya de Sétif et Bordj-Bou-Argeridj au Sud, les wilaya de Tizi Ouzou et Brouira à l'Ouest<sup>58</sup>. Elle s'étend sur

une superficie de 3 268 Km<sup>2</sup><sup>59</sup>. Le chef lieu de wilaya est situé à 220 Km à l'est de la capitale. Créée lors du découpage administratif de 1974, (j.o.r.a.n°55 du 09 juillet 1974), la wilaya de Bejaia était organisée en 05 daïras et 28 communes. Puis modifiée en 1984 (j.o.r.a.n°06 du 07 février 1984) instituant 19 daïras et 52 communes.

La wilaya de Bejaia est caractérisée par la prédominance de zones montagneuses. Son territoire peut être décomposé en trois grandes zones physiques<sup>60</sup> :

**Une zone Côtier** : Elle est située le long de la côte Est de la wilaya. Elle forme une bande qui s'étend de l'embouchure de l'Ouest Soummam à celui de l'Ouest de Agrioun (commune de Melbou). Cette zone s'étend sur longueur de 30 Km environ pour une largeur variable allant de 200 à 2000 mètres.

**La vallée de la Soummam** : Elle est située entre les deux chaînes de montagnes des Bibans Babore et l'ensemble Akfadou-Gouraya. Cette zone apparaît comme une étroite bande présente de multiples courbures pour une longueur de 80 Km et une largeur qui varie entre 200 mètres et 4, 5 Km selon les endroits.

**La zone de montagne** : Constituée de la chaîne des Bibans Babors et de l'ensemble Akfadou-Gouraya, elle occupe les trois quarts (75%) de la superficie totale de la wilaya, soit 2445,94 Km<sup>2</sup> et présente des pentes partout supérieures à 25%.

### I.1.2 La dimension économique de la wilaya de Bejaia :

La province de Bejaia dispose d'importantes infrastructures, en la dynamique de l'activité économique, reflétée dans<sup>61</sup> :

---

<sup>58</sup> <http://decoupageadministratifalgerie.blogspot.comconsulterle8juin2022>

<sup>59</sup> <https://elmouchir.caci.dzconsulterle8juin2022>

<sup>60</sup> AT SAID Souad, « Analyse entrepreneuriale et création d'entreprise dans la wilaya de Bejaia », Université Abderrahmane Mira de Bejaia, 2015, p44.

<sup>61</sup> Idem, p45.

### **a. Le réseau de transport :**

Il existe différents modes de transport à Bejaia : routier, ferroviaire, maritime et aérien. Cette infrastructure facilite les activités et les liens de tous les opérateurs économiques, même au même niveau international. Ils présentent comme suit :

#### **1) Le réseau routier :**

La province de Bejaia fait partie des régions nationales, regroupant d'importantes structures économiques de base, depuis un réseau routier très important et très dense jusqu'aux ports et aéroports les plus dynamiques au niveau national. L'importance de résoudre les problèmes de réseau routier réside dans la compréhension du rôle de l'accessibilité dans l'implantation de nouvelles entreprises dans la province de Bejaia.

Un réseau routier avec la plupart des routes nationales en bon état, il est subdivisé en routes principales reliant Bejaia et les autres provinces (RN : 444,2Km) : routes secondaires (302Km) reliant différentes villes et daïras. Dynamique de l'activité portuaire et aéroportuaire, il fait l'objet de la construction d'un pont sur la RN 26 qui relie directement la province de Bejaia aux départements de Jijel et Sétif.

#### **2) Le réseau ferroviaire :**

Concernant les chemins de fer, la wilaya dispose d'une voie ferrée de 90Km reliant le chef-lieu aux autres communes (Bejaia à Béni-Mansour), on ne compte pas moins de 90 gares se situant principalement au niveau de chaque centre urbain de chaque commune et/ou daïra. Bien que le transport de voyageur ait connu des cadences les plus faibles ces cinq dernières années suite à une concurrence exercée par un développement fulgurant du transport privés. Ce réseau joue un rôle important dans la vie économique, de la région et incite une réelle relance de l'activité des zones industrielles et d'activité se situant sur son trace.

En effet, l'avantage de cet axe ferroviaire réside dans le fait que son point de départ se situe au port facilitant le transfert de marchandises et des matières premières du ou vers celui-ci, qui reste très actif et plus énergique. Ainsi, le réseau ferroviaire vient renforcer les atouts dont dispose la vallée de la Soummam.

#### **3) Le port et l'aéroport :**

L'activité portuaire et aéroportuaire connaît un développement sans précédent grâce à l'existence d'un port et un aéroport qui ont un poids important dans la wilaya de Bejaia, celle-



ci dispose d'un port occupant la troisième place en Algérie après celui d'Alger et d'Oran. Il a contribué à faire de la wilaya de Bejaia un important pôle industriel et commercial.

Le port s'étale sur une superficie totale de 205Ha. Outre la partie réservée au transport de personnes et de marchandise, le port compte une autre partie constituée de 03 bassins réservés au stockage de pétrole.

La wilaya de Bejaia compte un aéroport situé sur la route nationale N°09 liant Bejaia à Sétif, dans la localité d'Iryahen, commune de Bejaia. Il est à une distance de 4Km de la ville. L'aéroport de Bejaia depuis son lancement ne cesse de susciter un afflux de personnes empruntant les vols réguliers assurant les destinations les courantes : des navettes vers le sud(Hassi Messaoud), vers Alger et autres vers l'étranger (France notamment). Sa configuration comprend les infrastructures suivantes :

- ✓ Une piste d'atterrissage d'une longueur de 2400m, et de 45m de largeur.
- ✓ Une aire de stationnement d'une superficie de 24576m<sup>2</sup> avec 256m de longueur sur 96m de largeur dont la capacité de réception est de 4 aéronefs (type Boeing 727).
- ✓ Deux voies de circulation reliées à la piste de 23m de largeur.
- ✓ Une aérogare d'une capacité de 250 passagers/jour (Trafic actuel).

L'existence d'un tel aéroport vient renforcer le rôle du port grâce à la proximité de l'un de l'autre. La présence de l'aéroport coïncide avec une forte concentration d'entreprises dans la commune où il est localisé, à savoir la commune de Bejaia.

### **b. Postes et télécommunication :**

Le secteur des postes et télécommunication est ainsi développé et constitue un appoint appréciable au développement des infrastructures économiques. La wilaya de Bejaia dispose 116 établissements postaux fonctionnels et les 113028 équipements téléphoniques ainsi que le nombre des abonnés a atteint 90499 abonnés soit 9.89% de la population totale. Ces chiffres expliquent que la densité postale et téléphonique est presque normale : un (1) bureau de poste pour 7888 habitants et un (1) téléphone pour 10 habitants. Les communes qui ont un réseau de télécommunication important sont : Sidi-Aiche avec un nombre d'abonnés qui est de 2285 soit 16.49% de la population de la commune, Bejaia avec 28965 abonnés soit 16.32% de la

population de la commune, suivi d'Akbou 6620 abonnés ce qui fait 12.4% de la population de cette dernière.

Sans oublier l'apparition du téléphone mobile qui a connu une forte évolution ces dernières années, ce qui a joué un rôle très important pour les acteurs économiques en facilitant les contacts et les communications entre eux.

### c. Réseau d'électrification et gaz :

La wilaya de Bejaia dispose d'un réseau d'électrification et gaz qui est très important, ce qui a fait d'elle une zone attractive, les plus industrialisées de la wilaya sont les plus électrifiées et les plus dotées en gaz.

## I.2 La population entrepreneuriale dans la wilaya de Bejaia :

Selon les statistiques de 31 /12/2019 déclarais par la direction des PME de Bejaia, la dynamique entrepreneuriale dans la wilaya de Bejaia est assurée par une population entrepreneuriale de 28 883 PME.

A la fin de l'année 2019, La population des PME de la wilaya de Bejaia dans ses principales composantes se présente selon le tableau suivant :

**Tableau n° 4:** La population des PME de la wilaya de Bejaia

| <b>Statut juridique</b> | <b>Nombre de PME</b> | <b>Part (%)</b> | <b>Emplois</b> | <b>Part (%)</b> |
|-------------------------|----------------------|-----------------|----------------|-----------------|
| <b>PME privées</b>      | 28 842               | 99.86           | 71 172         | 96.47           |
| <b>PME publiques</b>    | 41                   | 0.14            | 2 606          | 3.53            |
| <b>Total</b>            | 28 883               | 100             | 73 778         | 100             |

**Source :** La direction des PME de Bejaia

D'après le tableau précédent on constate que les PME de Bejaia sont reparte en deux type qui est représenté dans les PME privées avec un nombre de 28 842avec un taux de 99.86% à la fin de 2019. Ces entreprises constituent la composante majeure de la population des PME opérationnelles, et emploient, selon la même source un effectif total de 71 172 emplois déclarés. Et les PME publiques avec un nombre de 41 PME soit un taux de 0,14 % par rapport au nombre total des PME. Selon la même source, Les PME

publiques emploient, un effectif total de 2 606. Donc on constate que la majorité des PME de la wilaya de Bejaia sont de type des PME privée plus que le type des PME publiques.

### **I.2.1 Population entrepreneuriale par taille d'entreprise :**

Selon les statistiques de la direction des PME de Bejaia montrent que la répartition des PME (Public & privé) par tranche d'effectifs, arrêtée au 31/12/2019 se présente selon le tableau suivant :

**Tableau n°5:** La répartition des PME par taille

| <b>Taille</b>      | <b>TPE de 1 à 9 salariés</b> | <b>PE de 10 à 49 salariés</b> | <b>PME de 50 à 250 salariés</b> | <b>Total</b> |
|--------------------|------------------------------|-------------------------------|---------------------------------|--------------|
| <b>Nombre</b>      | 27 730                       | 957                           | 155                             | 28 842       |
| <b>Pourcentage</b> | 96.14                        | 3.32                          | 0.54                            | 100          |

**Source :** La direction des PME de Bejaia

D'après les données de tableau, nous remarquons que les PME de la wilaya de Bejaia caractérisée par trois tailles différentes telles que la taille de TPE (entre 1 à 9 salariées) avec un nombre de 27 730 entreprises, PE (de 10 à 49 salariées), PME (de 50 à 250 salariées). On constate donc que la taille des TPE les plus dominantes dans les PME de la wilaya de Bejaia en première position avec un taux de 96.14 %. En deuxième position on trouve la taille de PE avec un taux de 3.32%, en troisième position se classe la taille de PME avec un taux de 0.54%.

### **I.2.2. La population entrepreneuriale par secteur d'activité :**

Le tableau ci-après résume les différents secteurs d'activité des PME de la wilaya de Bejaia entre l'année 2020 et 2021 :

Tableau n°6 : La population des PME par secteurs d'activités

|   | PME      |           |              | Total PME<br>2021 | Total PME<br>2020 | Cumul au<br>31 /12/2021 |
|---|----------|-----------|--------------|-------------------|-------------------|-------------------------|
|   | Création | Radiation | Réactivation |                   |                   |                         |
| Agriculture et<br>pêche                             | 18       | 5         | 1            | 14                | 605               | 619                     |
| Eaux et énergie                                     | 2        | 0         | 0            | 2                 | 4                 | 6                       |
| Hydrocarbures                                       | 0        | 0         | 0            | 0                 | 0                 | 0                       |
| Services et<br>travaux publics<br>pétroliers        | 2        | 0         | 0            | 2                 | 0                 | 2                       |
| Mines et carrières                                  | 0        | 1         | 1            | 0                 | 53                | 53                      |
| I.S.M.M.E   | 39       | 4         | 10           | 45                | 725               | 770                     |
| Matériaux de<br>construction,<br>céramique          | 14       | 1         | 0            | 13                | 435               | 448                     |
| Bâtiments et<br>travaux publics                     | 219      | 37        | 125          | 307               | 6821              | 7128                    |
| Chimie,<br>caoutchoucs,<br>plastique                | 16       | 2         | 2            | 16                | 234               | 250                     |
| Industries<br>agroalimentaires                      | 57       | 8         | 11           | 60                | 1029              | 1089                    |
| Industrie textile,<br>bonneterie                    | 10       | 3         | 2            | 9                 | 381               | 390                     |
| Industries des<br>cuirs et<br>chaussures            | 1        | 0         | 0            | 1                 | 18                | 19                      |
| Industries du bios,<br>liège, papier,<br>imprimerie | 40       | 6         | 12           | 46                | 1333              | 1379                    |

|                                     |      |     |     |      |       |       |
|-------------------------------------|------|-----|-----|------|-------|-------|
| Industries<br>diverses              | 8    | 1   | 2   | 9    | 110   | 119   |
| Transport et<br>communication       | 133  | 26  | 45  | 152  | 4969  | 5121  |
| Commerces                           | 404  | 51  | 77  | 430  | 6323  | 6753  |
| Hôtellerie et<br>restauration       | 65   | 10  | 8   | 63   | 1320  | 1383  |
| Services fournis<br>aux entreprises | 88   | 12  | 38  | 114  | 2643  | 2757  |
| Services fournis<br>aux ménages     | 143  | 26  | 41  | 158  | 2687  | 2845  |
| Etablissements<br>financiers        | 13   | 0   | 2   | 15   | 88    | 103   |
| Affaires<br>immobilières            | 40   | 2   | 7   | 45   | 310   | 355   |
| Services pour<br>collectivités      | 39   | 1   | 8   | 46   | 111   | 157   |
| Total                               | 1351 | 196 | 392 | 1547 | 30199 | 31746 |

**Source :** La direction des PME de la wilaya de Bejaia 2022

Selon les statistiques déclarais par la direction des PME de la wilaya de Bejaia à la fin de l'année 2021, on constate que le nombre des PME qui ont été créées dans l'année 2021 est très faible par rapport à l'année 2020. Cela est à cause de la crise sanitaire mondiale COVID19, .Elle a fortement affecté l'économie mondiale, notamment dans la wilaya de Bejaia, en précisant dans le tableau que le nombre des PME implantées dans divers secteurs est très peu ou quasi inexistant, notamment dans le secteur Hydrocarbures et Mines et carrières.

La majorité des PME crée pendant 2020 et 2021 sont centrée dans des certain secteurs Bâtiments et travaux publics (7128 PME),en deuxième position le secteur de commerce (6753PME) , en troisième position Transport et communication (5121 PME) par contre quelques autre secteurs avec des nombres considérables par rapport au secteur qui sont quasiment inexistant.

### I.2.3 La population entrepreneuriale par territoire (commune) :

Nous présenterons en dernier lieu la répartition spatiale des PME sur le territoire de la wilaya de Bejaia, on présente seulement les 5 premières communes selon le tableau suivant :

**Tableau n °7 :** Evaluation des PME par les cinq premiers communs de la wilaya de Bejaia :

| Secteurs d'activités |          | PME<br>3 <sup>eme</sup><br>trimestr<br>e 2014 | Mouvements 4 <sup>eme</sup> trimestre 2014 |           |                  |       | Total de<br>PME 4 <sup>eme</sup><br>trimestre<br>2014 |
|----------------------|----------|---|--|-----------|------------------|-------|---|
|                      |          |   | Création                                   | Radiation | Réactivatio<br>n | Ecart |   |
| 01                   | BEJAIA   | 6118  | 111  | 01        | 18               | 128   | 6246  |
| 02                   | AKBOU    | 1700  | 30   | 00        | 06               | 36    | 1736  |
| 03                   | TAZMALT  | 742   | 07   | 00        | 01               | 8     | 750   |
| 04                   | EL KSEUR | 709   | 21   | 00        | 02               | 23    | 732   |
| 05                   | TIMZRIT  | 558   | 07   | 01        | 01               | 7     | 565   |

Source : DPME-BEJAIA au 4<sup>eme</sup> trimestre 2014.

Selon le tableau précédent on constate que la commune de Bejaia occupe la première place avec un nombre de 6246, suivi par la commune d'Akbou avec un nombre de 1736 PME, en troisième place trouve Tazmalt avec 750 PME, El Kseur occupe la quatrième place avec 732 et enfin Timezrit en cinquième place avec 565 PME.

## II. Section02 : L'accompagnement entrepreneurial dans la wilaya de Bejaia

Dans le cadre de libéralisation de l'économie nationale, le gouvernement a mis en place des organismes de soutien afin de faciliter la création des entreprises, et les aider à faire face aux contraintes qu'elles connaissent, pour le besoin de leur survie et de la pérennité de quelques-uns. Ces organismes sont sensé apporter un appui important en termes d'accompagnement des promoteurs et de formalisation de leurs activités.

L'objectif de cette section est de présenter les principaux dispositifs de création d'entreprises, De ce fait nous citons : les organismes d'appui au financement de l'emploi et à la création d'activité (ANADE, CNAC, ANGEM) et celui des investissements productifs ANDI.

### **II.1 L'organisme d'appui au financement des investissements productifs, (ANDI) :**

L'Agence Nationale de Développement de l'Investissement a été créée sous forme d'un guichet unique décentralisé par l'ordonnance n°01-03 du 20/08/2001 relative au développement de l'investissement<sup>62</sup>.

Cette institution gouvernementale s'est vue confier la mission de facilitation et simplification des procédures et des formalités pour la création des entreprises et pour la réalisation des projets. Dans le guichet unique, l'investisseur a comme interlocuteur unique le représentant de l'ANDI, qui l'assiste, en lui donnant toutes les informations nécessaires, vérifie les dossiers et les envoie aux services concernés. La création de l'ANDI sous forme d'un guichet unique décentralisé dans les 48 wilayas du pays résulte des limites de l'ancien dispositif, c'est à dire : la non habilitation des représentants des administrations et organismes concernés par l'acte d'investir au sein du guichet unique de l'APSI et la centralisation de ce guichet ont causé des préjudices aux investisseurs dans l'accomplissement des formalités administratives et le non accomplissement par l'APSI de sa mission relative au suivi des investissements déclarés auprès de son guichet unique.

#### **II.1.1 Pour missions :**

L'Andi exerce ses missions dans sept grands domaines<sup>63</sup> sont les suivantes :

- ✓ **Information** : accueillir et informer les investisseurs.
- ✓ **Facilitation** : identifier les contraintes entravant la réalisation des investissements et proposer des mesures organisationnelles et réglementaires pour y remédier.
- ✓ **Promotion de l'investissement** : promouvoir l'environnement général de l'investissement en Algérie.

---

<sup>62</sup> ([www.industrie.gov.dz](http://www.industrie.gov.dz))

<sup>63</sup> [www.industrie.gov.dz](http://www.industrie.gov.dz)

- ✓ **Assistance** : conseiller et accompagner les investisseurs auprès des autres administrations dans la réalisation de leurs projets.
- ✓ **Participation à la gestion du foncier économique** : informer les investisseurs sur la disponibilité des assiettes foncières et assurer la gestion du portefeuille foncier.
- ✓ **Gestion des avantages** : vérifier l'éligibilité aux avantages des investissements déclarés, contribuer à l'identification des projets présentant un intérêt particulier pour l'économie nationale et participer à la négociation des avantages à octroyer à ces projets.
- ✓ **Suivi** : assurer un service d'observation, de statistiques et d'écoute portant sur l'état d'avancement des projets enregistrés.

### **II.1.2 . Composition du guichet unique décentralisé :**

Le guichet unique décentralisé regroupe en son sein les représentants locaux de l'agence elle-même et ceux de<sup>64</sup> :

- ✓ Le représentant du centre national du registre du commerce.
- ✓ Le représentant des impôts
- ✓ Le représentant domaines.
- ✓ Le représentant de l'urbanisme.
- ✓ Le représentant de l'aménagement du territoire et de l'environnement.
- ✓ Le représentant de l'emploi.
- ✓ Les représentants de la CNAS et de la CASNOS.
- ✓ Le proposé de l'APC.

## **II.2 Les organismes d'appui au financement de l'emploi et à la création d'activité :**

Les organismes de l'emploi sont les suivantes :

### **II.2.1 La caisse nationale d'allocation chômage (CNAC) :**

La caisse nationale d'assurance chômage (CNAC) est un organisme algérien chargé de l'indemnisation des salariés elle vise les chômeurs de la tranche d'âge entre 30et 50ans ,qui investissent dans des activités industriel ,artisanal ,agriculture ,hydraulique et des services ,sauf la revente en l'état . Elle offre un coût maximum de 10 millions de Dinars et assure aux

---

<sup>64</sup> : ([www.jecreemonentreprise.dz](http://www.jecreemonentreprise.dz))



promoteurs par ce dispositif les services d'accompagnement personnalisé durant toutes les phases du projet et l'élaboration de Business Plan.

### **a. Les avantages accordent par la CNAC :**

Parmi les avantages accordés par la caisse nationale d'assurance chômage on a

#### **• Les Aides financières :**

- ✓ Prêt non rémunéré représentant 28 à 29% du coût global du projet.
- ✓ Bonification des intérêts bancaires.
- ✓ Assistance à l'obtention du financement bancaire (70% du coût global du projet), à travers une procédure simplifiée par la mise en place du comité de sélection et validation de financement des projets et la garantie des crédits par le fonds de caution mutuelle Risques/crédits investissements chômeurs promoteurs 30-50 ans.

Les investissements à réaliser dans ce cadre reposent exclusivement sur un mode de financement de type triangulaire, qui met en relation le promoteur, la banque et la **CNAC** à travers le montage suivant

- ✓ Apport personnel : 1% à 2% du coût global du projet.
- ✓ Financement CNAC : 28% à 29% du coût global du projet (Non rémunérée).
- ✓ Financement bancaire : 70% (intérêts bonifiés).

#### **• Les Avantages fiscaux :**

Exonération de TVA, abattement sur les droits de douane en phase de réalisation et exonération d'impôts en phase d'exploitation.

#### **• Le Coaching et formation :**

La gestion d'entreprise pendant le montage du projet et après la création de l'entreprise.

#### **• Validation des Acquis Professionnels :**

C'est une mesure mise en œuvre en partenariat avec le Ministère de la Formation et de l'Enseignement Professionnel, elle vise à évaluer et à valoriser l'expérience professionnelle des futurs promoteurs en situation d'absence de justificatif de qualification (certificat de qualification, diplôme ou certificat de travail). Cette opération est prise en charge financièrement par la CNAC.

## II.2.2 L'agence nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat,

### ANADE:

Il s'agit d'un organisme national, dotant d'une personnalité moral et d'une autonomie financière. En application des dispositions de l'article 16 de l'ordonnance n°96- 14 du 24 Juin 1996.c'est un organisme qui accompagne les porteurs de projets pour la création et l'extension des micro-entreprises de production des biens et services.<sup>65</sup> Ils peuvent bénéficier des avantages du dispositif ANADE, les jeunes chômeurs, âgés entre 19 et 35 ans, et pour le gérant, l'âge peuvent aller jusqu'à 40 ans, dont l'investissement n'excède pas 10 millions de dinars.

L'ANADE a pour **objectifs**:

- ✓ Favoriser la création de l'extension d'activité de biens et de services par les porteurs de projets.
- ✓ Encourager toutes formes d'actions et de mesures tendant à promouvoir l'entrepreneuriat.

#### a. Les missions de l'ANADE :

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

---

<sup>65</sup> <https://anade.dz>

### II.2.3 Agence national de gestion du micro crédit (ANGEM) :

L'agence national de gestion du microcrédit est créée par le décret exécutif n°04-14 du 22/01/2004. Elle représente un autre outil de lutte contre le chômage et la fragilité sociale, visant le développement des capacités individuelle des personnes à s'auto prendre en charge, en créant leur propre activité. Le Micro Crédit est un prêt permettant l'achat d'un petit équipement et des matières premières de démarrage pour exercer une activité ou un métier. Ils peuvent bénéficier des avantages du dispositif ANGEM, les promoteurs âgés de plus de 18 ans, sans revenus et/ou disposant des petits revenus instables et irréguliers, dont le montant d'investissement peuvent atteindre 1 000 000DA. Il vise l'intégration économique et sociale à travers la création d'activités de production de biens et services.

Pour postuler au micro crédit, les promoteurs doivent :

- ✓ Etre âgé de 18 ans et plus.
- ✓ Etre sans revenus ou disposant de petits revenus instables et irréguliers.
- ✓ Avoir une résidence fixe
- ✓ Posséder un savoir-faire en relation avec l'activité projetée
- ✓ Ne pas avoir bénéficié d'une autre aide à la création d'activité
- ✓ S'engager à rembourser en fonction d'un échéancier le crédit à la banque et le prêt sans intérêts à l'ANGEM.

#### a. *Les missions de l'ANGEM :*

L'Agence est représentée par un réseau de 49 Coordinations de Wilayas appuyées par des cellules d'accompagnement mises en place pour accueillir, informer et aider les candidats au micro crédit à concrétiser leur projet. Donc c'est un organisme a caractère spécifique qui à pour mission de :

- ✓ Créer le dispositif du microcrédit conformément à la législation et à la réglementation en vigueur.
- ✓ Soutenir, conseiller et accompagner les bénéficiaires du micro crédit dans la mise en œuvre de leurs activités.
- ✓ Notifier aux bénéficiaires dont les projets sont éligibles au dispositif, les différentes aides qui leurs sont accordées.

- ✓ Assurer le suivi des activités réalisées par les bénéficiaires en veillant au respect des clauses de cahiers de charges qui les tient à l'agence.
- ✓ Assister les bénéficiaires du micro crédits, en cas de besoin, auprès des institutions et organismes concernés par la mise en œuvre de leurs projets.

### b. Les différents types de financement de l'ANGEM :

Ce dispositif est destiné à tout citoyen de plus de 18 ans sans revenus ou disposant de revenus instables et irréguliers ainsi que les femmes au foyer. Il vise l'intégration économique et sociale à travers la création d'activités de production de biens et services.<sup>66</sup>

Deux types de financement sont prévus dans le cadre de dispositif ANGEM :

#### ✓ Le crédit « achat de matière première » :

Le dispositif prévoit un financement à 100% (aucun apport du postulant au micro crédit) du montant d'achat de la matière première à travers un prêt non rémunéré (PNR), pour un coût global ne dépassant pas 100 000 DA.

#### ✓ Le crédit « acquisition de petits matériels et équipements » :

Le coût maximum de l'investissement est fixé à 1 million de dinars.

Le montage financier proposé par le dispositif prévoit la formule suivante :

- Apport personnel : 1% du coût global du projet ;
- ANGEM : 29% du coût global à travers prêt non rémunéré
- Banque : 70% du coût global (Intérêts bonifiés)

**Tableau n°8** : Répartition par sexe les prêts accordé par l'ANGEM (2010 à2019)

| Sexe         | Achat matière première et Achat des équipements | Pourcentage |
|--------------|---|-------------|
| Hommes       | 6244  | 33,05%      |
| Femmes       | 12648   | 66 ,95%     |
| <b>Total</b> | 18892   | <b>100%</b> |

**Source** : réalisés d'après les données statistique de l'ANGEM Bejaia 2010 à 2019

---

<sup>66</sup> <http://www.angem.dz/>

D'après le tableau ci-dessus nous remarquons que de 2010 à 2019 l'ANGEM Bejaia a financé 18892 promoteur pour l'acquisition de matière premier ou la création de projet et l'achat des équipements .Nous avons constaté la prédominance du sexe féminin qui représente 66,95% contre 33,05%pour le sexe masculin pour cela en conclue que l'ANGEM offres des microcrédits qui sont plus adaptés aux espérances des femmes que celle des hommes.

**Tableau n°9 : Répartition par type de financement par l'ANGEM (2010 à 2019)**

| <b>Sexe</b>   | <b>Achat matière première jusqu'à 100 000</b> | <b>Pourcentage</b> | <b>Achat des équipements jusqu'aa1 000 000</b> | <b>Pourcentage</b> |
|---------------|---|--------------------|--|--------------------|
| <b>Hommes</b> | 3982  | 25%                | 2262   | 76,32              |
| <b>Femmes</b> | 11946   | 75%                | 702  | 23,68              |
| <b>Total</b>  | 15928   | 100%               | 2964   | 100                |

**Source** : réalisés d'après les donnés statistique de l'ANGEM Bejaia 2010 à 2019

La lecture de tableau ci-dessus nous permettent de monter que la majorité des financements de la période 2010 à 2019 représente les achats de la matière première à travers un prêt non rémunéré 15928(PNR) .Par contre le financement création ou crédit acquisition de petits matériels et équipements représente que 2964 création.

**Tableau n ° 10 : Répartition par sexe femme et secteur d'activités (2010 à2019)**

| <b>Secteur</b>      | <b>Achat matière première jusqu'à 100 000</b> | <b>Pourcentage</b> | <b>Achat des équipements jusqu'aa1 000 000</b> | <b>Pourcentage</b> |
|---------------------|---|--------------------|--|--------------------|
| <b>Agricultures</b> | 949   | 7,94%              | 462  | 6 ,55              |
| <b>Artisanat</b>    | 4001  | 33,49%             | 242  | 34,47              |
| <b>BTP</b>          | 0   | 00%                | 1  | 0,14               |
| <b>Industrie</b>    | 6722  | 56,27%             | 216  | 30,77              |
| <b>Commerce</b>     | 00  | 00%                | 55   | 7,83               |
| <b>Pêche</b>        | 00  | 00%                | 00   | 00                 |
| <b>Service</b>      | 274   | 2.29%              | 142  | 20,23              |
| <b>Total</b>        | 11946   | 100%               | 702  | 100                |

**Source** : réalisés d'après les donnés statistique de l'ANGEM Bejaia 2010 à 2019

La lecture du tableau ci-dessus nous permette de constater que les secteurs les plus financés selon le sexe féminin durant la période 2010 à 2019 sont : pour le financements des achats de matière première l'industrie (56,27%) avec 6722 prêt non rémunéré(PNR) en

deuxième position le secteurs artisanat (33,49%) avec 4001 (PNR) cela exprime une dominance presque totale du secteur industrie et l'artisanat. et pour le financement de création ou l'achat des équipements en constate que les secteurs artisanat (34,47%) ,industrie(30,77%) et service(20,23%) exprime une dominance presque total par contre une absence très faible dans les autres secteurs ,agricultures (6,55%) , BTP (0,14%), commerce (7,83%), en dernier lieu la pêche( 00%).

### **III. Section 3 : la relation entre l'entrepreneuriat et les organismes d'accompagnement dans la wilaya de Bejaïa :**

#### **III.1 Méthodologie de l'enquête :**

Au cours de cette section, nous avons mené une enquête sur l'ANGEM de la wilaya de Bejaïa à partir d'un échantillon de créateurs d'entreprises. Ainsi il devient nécessaire de présenter ces points : l'échantillonnage, objectif de l'enquête, confection du questionnaire ainsi le déroulement de l'enquête.

Notre enquête vise à faire ressortir le rôle de l'accompagnement à la création des entreprises dans le cadre du dispositif ANGEM dans la wilaya de Bejaïa et avoir ressortir les avantages et les limites de ce dispositif. Ainsi que nous allons présenter les principales contraintes entravant les entrepreneurs lors de la création d'entreprise.

#### **III.1.1 La taille de L'échantillonnage :**

C'est une opération qui consiste à sélectionner une fraction d'une population plus vaste. Il est pratiquement impossible d'étudier tous les individus d'une population en raison de couts et de délais.

Notre échantillon se compose de 63 entrepreneurs sur une population de 70 individus. Nous avons pu récupérer 63 questionnaires sur les 70 contactés, ce qui représente un taux de réponse de 90%, repartis à travers les 9 daïra de la wilaya de Bejaïa. Les daïra de Bejaïa, el kseur, et tichy représente la moitié de l'échantillon avec 19 ,12 et 10 de micro entreprise, les 41% restant de l'échantillon forme les autre daïra sélectionnées dans le cadre de notre enquête.

**Tableau n°11** : La répartition spatiale de la population mère de l'échantillon

| Daïra          | Nombre de questionnaire distribué | Nombre de questionnaire récupères |
|----------------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| Bejaia         | 19                                | 19                                |
| Amizour        | 5                                 | 4                                 |
| Kharrata       | 5                                 | 3                                 |
| El kseur       | 12                                | 11                                |
| Timezrit       | 4                                 | 3                                 |
| Souk el tenine | 6                                 | 6                                 |
| Akbou          | 5                                 | 4                                 |
| Tazmalt        | 4                                 | 3                                 |
| Tichy          | 10                                | 10                                |
| Total          | 70                                | 63                                |

**Source** : Résultat de notre enquête

### **III.1.2 Objectif de l'enquête, confection du questionnaire et son mode d'administration :**

L'objectif principal de notre enquête est d'évaluer la contribution du dispositif ANGEM à la création d'activités et d'emploi et la promotion de l'investissement au niveau de la wilaya de Bejaia. Nous avons élaboré un questionnaire de 30 questions réparties en 3 axes et cela dans le but de cerner un maximum d'informations liées à notre thème de recherche.

Les différents axes sont les suivantes :

#### **Axe 1 : Identité de l'entreprise**

Ce premier axe vise à recueillir des informations générales sur les entreprises enquêtées. Donc les questions de 1 à 8 traitent le nom et la date de création, l'adresse, le secteur d'activité, le statut juridique, la taille de l'entreprise, le nombre des employées, enfin la situation actuelle de l'entreprise.

#### **Axe 2 : Identité de l'entrepreneur**

Ce second axe concerne le profil de l'entrepreneur, donc les questions de 9 à 17 traitent le nom, le sexe, l'âge, le statut de répondant, le niveau d'étude, la situation professionnelle de l'entrepreneur avant la création, et les motivations l'ayant conduit à créer son entreprise.

### **Axe 3 : Le niveau de satisfaction des entrepreneurs ayant contracté des prêts auprès de l'ANGEM**

Ce troisième axe regroupe des éléments au dispositif, ainsi les questionnaires de 18 à 30 ont pour objectif de tirer les points de vue des porteurs de projet envers ce dispositif. Ces éléments concernent le rôle, les avantages les facteurs de succès et d'échec, et le constat général sur le dispositif ANGEM.

#### **III.1.3 Le déroulement de l'enquête :**

Notre enquête de terrain a été lancée au début du mois de mai 2022. Nous nous sommes déplacés au niveau de siège des entreprises pour rencontrer personnellement les propriétaires de ces entreprises pour leur administrer le questionnaire. Cela nous a permis de crédibiliser les données collectées, et d'avoir une bonne observation sur les attitudes et le comportement des interviewés.

Il faut savoir que, tout au long de notre enquête auprès des entrepreneurs de micro entreprise de la wilaya de Bejaia n'a pas été facile suite aux nombreuses difficultés rencontrées, telles que la non disponibilité des dirigeants, le refus des organismes d'accompagnement de nous donner les noms des entrepreneurs qui ont créé leur entreprise auprès des dispositifs d'aide à la création d'entreprise.

Pour surmonter quelques difficultés nous avons contactés certains entrepreneurs par voie téléphonique après avoir repéré leurs coordonnées sur internet dans la page « service annuaire de l'ANGEM (www.angem.dz) ». , cela nous a permis d'augmenter la taille de l'échantillon à 63 entrepreneurs comme l'indique le tableau n° 02 pour aller au bout de notre enquête qui a duré 01 mois, les données relatives à l'enquête de terrain sont récapitulées dans le tableau 02.

**Tableau n°12 : Les données relatives à notre enquête de terrain**

| <b>Objet</b>                | <b>Total</b> |
|-----------------------------|--------------|
| Echantillon                 | 70           |
| Questionnaires distribués   | 70           |
| Questionnaires récupérés    | 63           |
| Taux de réponse             | 90%          |
| Questionnaires exploitables | 63           |

**Source:** Résultat de notre enquête



Nous avons distribué 70 questionnaires auprès des entreprises dans 02 domaines d'activités. (La confection des vêtements, et la confection des gâteaux traditionnels et pâtisserie) . Nous avons pu récupérer 63 questionnaires sur les 70 contactés, ce qui représente un taux de réponse de 90%.

### III.2. Présentation et interprétation des résultats de l'enquête :

L'objectif est d'analyser les données recueillies par le questionnaire et vérifier l'hypothèse de recherche .En premier nous allons voir les caractéristiques des entreprises puis celle des entrepreneurs, et enfin le niveau de satisfaction des entrepreneurs ayant contracté des prêts auprès de l'ANGEM.

#### AXE 1 : Identité de l'entreprise :

Nous présenterons dans ce qui suit l'identification des 63 micros entreprises enquêtées qui constituent l'échantillon de notre enquête de terrain.

##### 1) Date de création des entreprises :

Nous cherchons à présenter l'année de création des entreprises, le tableau n°13 propose les données suivantes .

**Tableau n°13** : Répartition des entreprises enquêtées selon l'année de création.

| Années       | Effectifs | Pourcentage |
|--------------|-----------|-------------|
| 2007 - 2010  | 11        | 18%         |
| 2011 - 2014  | 09        | 14%         |
| 2015 - 2018  | 15        | 24%         |
| 2019 - 2022  | 28        | 44%         |
| <b>Total</b> | 63        | 100%        |

**Source** : Résultat de notre enquête

Les résultats de notre enquête montrent que 44% des entreprises enquêtées, soit 28 unités ont été créées dans la période qui se prolonge entre 2019 et 2022, et 15 entreprises 24% créées entre 2015 et 2018, et 09 entreprises (14%) ont été créées entre 2011 et 2014, et 11 entreprises 18% ont été créées entre 2007 et 2010.

Le rythme de création s'est accéléré de manière nette ,cela peut être expliqué à travers les mesures prises par l'état en matière d'encouragement de l'initiative privée, et cela dans le

cadre de l'ouverture vers l'économie de marché et surtout à partir des dispositifs qui consiste à promouvoir et soutenir la création d'entreprise c'est pour cette raison nous constatons une forte dynamique de création d'entreprises dans la wilaya de Bejaia .

**2) La répartition des entreprises enquêtées selon le secteur d'activité :**

Notre échantillon est constitué de 63 micro entreprises crée par le dispositif ANGEM appartenant aux deux branches d'activités au niveau de la wilaya de Bejaia (confection des vêtements, confection des gâteaux et pâtisseries). Comme le montre le tableau n°14, couvrent les deux secteurs d'activités :

**Tableau n° 14 :** La répartition des entreprises enquêtées selon le secteur d'activité :

| <b>Secteur d'activité</b>                    | <b>Entreprise</b> | <b>Pourcentage</b> |
|--|-------------------|--------------------|
| <b>Confection des vêtements</b>              | 33                | 52%                |
| <b>Confection des gâteaux et pâtisseries</b> | 30                | 48%                |
| <b>Total</b>                                 | 63                | 100%               |

**Source :** Résultat de notre enquête

**3) La répartition des entreprises enquêtées selon la forme juridique :**

Les entrepreneurs que nous avons interrogés ont choisi un statu individuelle, cette forme explique la facilites d'entrer dans les affaires et le micro crédit donner par le dispositif ANGEM.

**Tableau n °15 :** La répartition des entreprises enquêtées selon la forme juridique

| <b>La forme juridique</b> | <b>Nombre entreprise</b> | <b>Pourcentage</b> |
|---------------------------|--------------------------|--------------------|
| E. individuelle           | 63                       | 100%               |
| SNC                       | 00                       | 00%                |
| SARL                      | 00                       | 00%                |
| EURL                      | 00                       | 00%                |
| SPA                       | 00                       | 00%                |
| Total                     | 63                       | 100%               |

**Source :** Résultat de notre enquête

**4) La répartition des entreprises enquêtées selon la taille:**

Le tableau suivant présente la totalité des entreprises enquêtées créées dans le cadre de l'ANGEM sont des micro entreprises d'après le nombre d'employés (1 à 9).

**Tableau n° 16 : La répartition des entreprises enquêtées selon la taille**

| Catégories                                      | Nombre entreprise | Pourcentage |
|---|-------------------|-------------|
| <b>Micro entreprise<br/>(1 à 9 employé)</b>     | 63                | 100%        |
| <b>Petite entreprise<br/>(10 à 49 employés)</b> | 00                | 00%         |
| <b>Moyen entreprise<br/>(50 à 249 employés)</b> | 00                | 00%         |
| <b>Total</b>                                    | 63                | 100%        |

Source : Résultat de notre enquête

**5) La situation actuelle des entreprises :**

La situation actuelle des entreprises se représente dans le tableau suivant :

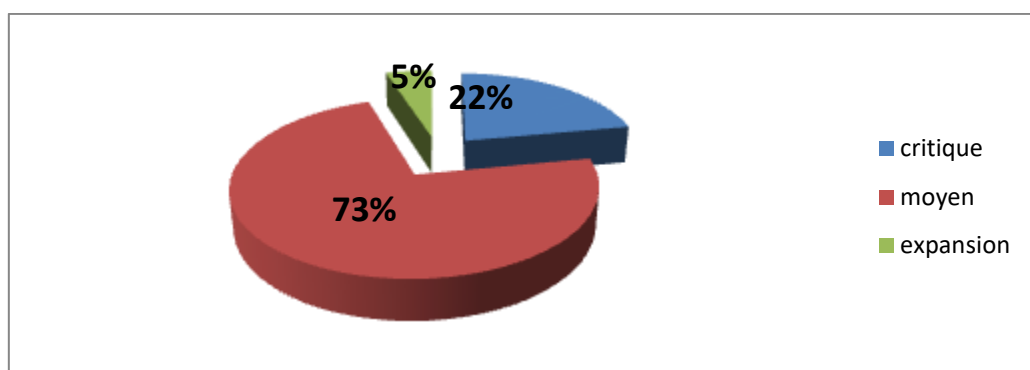
**Tableau n° 17 : La situation actuelle des entreprises de notre échantillon**

| Situation        | Nombre entreprise | Pourcentage |
|------------------|-------------------|-------------|
| <b>Critique</b>  | 14                | 22%         |
| <b>Moyen</b>     | 46                | 73%         |
| <b>Expansion</b> | 03                | 05%         |
| <b>Total</b>     | 63                | 100%        |

Source : Résultat de notre enquête

La plupart des créateurs que nous avons interrogés (73%) trouve que leur entreprise est dans une situation moyen, et (22%) trouve que leur entreprise dans une situation critique, et les (05%) qui reste trouve que leur entreprise en situation d'expansion.

**Figure n°1** : La situation actuelle des entreprises de notre échantillon.



Source : Résultat de notre enquête

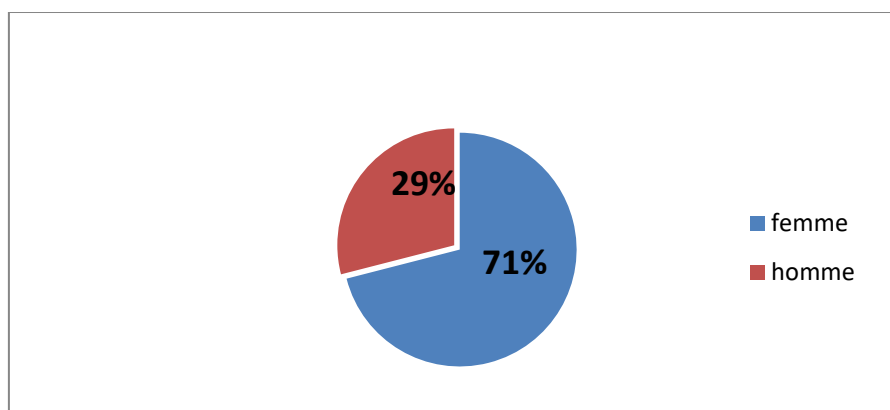
## **AXE 2 : Identités de l'entrepreneur**

L'entrepreneur est l'acteur principal dans l'activité de la création d'entreprise. Il est la source de l'idée. C'est à lui que revient la décision de se lancer dans la création. Dans cette section nous allons essayer de dessiner un profil à l'entrepreneur à travers notamment son sexe, son âge, son niveau d'instruction, les métiers exercés précédemment ainsi que les compétences acquises.

### **1) Répartition des entrepreneurs par sexe :**

Selon les résultats de notre enquête présentée dans la figure suivante, les femmes représentent une part très importante, au sein de la catégorie entrepreneur. Donc plus de 71 % des créateurs d'entreprise dans le cadre de notre échantillon sont des femmes et seulement 29 % sont de sexe homme.

Figure n° 2 : La répartition de la population par sexe.



Source : Résultat de notre enquête

## 2) L'âge des entrepreneurs :

Pour ce résultat, la réponse des entrepreneurs sur la question illustrée dans le tableau n°18 concerne leur âge actuellement d'où le taux le plus élevé est de 32% présenté par la catégorie d'âge [31-40], et avec 28% pour la tranche d'âge entre 41 et 50ans.

Tableau n°1 8 : Répartition de l'âge des entrepreneurs

| Age         | Effectifs | Pourcentage |
|-------------|-----------|-------------|
| Entre 20-30 | 13        | 21%         |
| Entre 31-40 | 20        | 32%         |
| Entre 41-50 | 18        | 28%         |
| Plus de 50  | 12        | 19%         |
| Total       | 63        | 100%        |

Source : Résultat de notre enquête

L'âge des personnes enquêtées varie de 20 ans à 55 ans avec une moyenne de 41ans .A partir de ces données, l'entrepreneur se lance dans la création à un âge mature après avoir acquis une certaine expérience professionnelle et rassembler les capitaux nécessaires pour l'investissement.

### 3) Le niveau d'étude des entrepreneurs :

Pour les études et les formations suivies ont également une influence sur le choix du secteur d'activité ou investir, et par la suite sur le mode de gestion de l'entreprise une fois mise en route. cela se résume dans le tableau suivant :

**Tableau n °19** : La répartition de niveau d'étude des entrepreneurs enquêtés

| Niveau d'étude            | Effectif | Pourcentage |
|---------------------------|----------|-------------|
| Primaire                  | 04       | 6%          |
| Moyen                     | 18       | 29%         |
| Secondaire                | 38       | 60%         |
| Universitaire             | 03       | 05%         |
| Formation professionnelle | 00       | 00%         |
| Total                     | 63       | 100%        |

Source : Résultat de notre enquête

L'ensemble des entrepreneurs enquêtés ont au moins un niveau d'étude primaire, sur les 63 entrepreneurs enquêtés .La plupart des entrepreneurs ont un niveau secondaire (60%). en deuxième lieu ceux qui ont un niveau moyen (29%).et enfin un niveau universitaire qui s'occupe un pourcentage très faible 05%.

### 4) La situation professionnelle des entrepreneurs avant la création d'entreprise :

Le tableau suivant représente la situation professionnelle des entrepreneurs enquêtés avant la création d'entreprise.

**Tableau n° 20** : La situation professionnelle des entrepreneurs enquêtés avant la création d'entreprise.

| Situation | Effectifs | Pourcentage |
|-----------|-----------|-------------|
| Chômeur   | 34        | 54%         |
| Employer  | 28        | 44%         |
| Etudiant  | 01        | 02%         |
| Total     | 63        | 100%        |

Source : Résultat de notre enquête

Pour la majorité des entrepreneurs enquêtés 63 personnes (soit 44%) ont déjà employé avant la création de leurs propres entreprises, par contre 54% du total d'entrepreneurs qui n'ont pas d'expériences au monde du travail, ils étaient en chômage.

**5) Les motivations à la création de l'entreprise :**

Le tableau suivant représente les motivations qui ont conduit les entrepreneurs à la création de leurs entreprises.

**Tableau n° 21 : Les motivations des entrepreneurs à la création de l'entreprise :**

| <b>Les motivations</b>   | <b>Effectifs</b> | <b>Pourcentage</b> |
|--|------------------|--------------------|
| <b>Créer votre propre emploi vu le chômage</b>                   | 22               | 24%                |
| <b>Etre indépendant financière</b>                               | 42               | 47%                |
| <b>Créer des emplois dans la région</b>                          | 07               | 08%                |
| <b>Vous avez des connaissances préalables en entrepreneuriat</b> | 05               | 06%                |
| <b>Vous êtes issu(e) d'une famille d'entrepreneurs</b>           | 02               | 02%                |
| <b>Bénéficier des avantages de l'ANGEM</b>                       | 12               | 13%                |
| <b>Total</b>   | 90               | 100%               |

**Source :** Résultat de notre enquête

On remarque à travers la lecture de tableau ci-dessus que les entrepreneurs questionnés ont choisi la création de leur entreprise selon plusieurs motivations.

Les motivations sont des facteurs qui déterminent le comportement. Elles sont considérées comme les raisons profondes qui amènent quelqu'un à agir. Plusieurs motivations peuvent mener à la création d'entreprise. A travers notre enquête, nous allons voir : ce qui avait poussé les entrepreneurs à créer leurs projets, ce qui avait déclenché le processus de création de leurs entreprises.

L'entrepreneur est généralement doté d'un fort sentiment d'indépendance et d'autonomie et un besoin d'être son propre chef, pour réaliser ses rêves et ambitions. D'après les résultats de notre enquête 42 entrepreneurs (47%) ont affirmé avoir créé leurs entreprises dans le but d'être indépendant financièrement. en deuxième lieu 22 entrepreneurs (24%) pour Créer leur propre emploi vu le chômage. En troisième position pour bénéficier des avantages de l'ANGEM qui ne s'occupe que 13% de notre échantillon .donc sont les trois motivation qui influence vraiment les entrepreneur a la création des entreprises.

**6) Le choix de secteur de l'entreprise :**

Le tableau suivant représente les déterminants de choix de secteurs d'activité des entrepreneurs.

**Tableau n°22 : Le choix de secteur de l'entreprise**

| <b>Déterminants de choix de secteur</b>             | <b>Effectifs</b> | <b>Pourcentage</b> |
|---|------------------|--------------------|
| <b>Du diplôme acquis dans le domaine d'activité</b> | 55               | 66%                |
| <b>Expériences antérieures dans le domaine</b>      | 15               | 18%                |
| <b>Des conseils de l'ANGEM</b>                      | 09               | 11%                |
| <b>Des conseils des amies ou famille</b>            | 04               | 05%                |
| <b>Autre</b>  | 00               | 00%                |
| <b>Total</b>  | 83               | 100%               |

**Source :** Résultat de notre enquête

On remarque à travers la lecture de tableau ci-dessus que les entrepreneurs questionnées ont choisi plusieurs facteurs déterminants aux choix de leurs secteurs d'activités, la plupart avaient choisi leur activités a partir du diplôme acquis (66%), et en fonction de l'expérience antérieure dans le domaine (18%).La troisième position (11%) sont les entrepreneurs qui ont choisi leur activités d'après les conseils de dispositif ANGEM. Sachant qu'il n'a pas d'influence important sur le choix de secteur d'activités des entrepreneurs .et le conseil des amis et la famille s'occupe que (05%) de notre échantillon selon les facteurs déterminants de création d'entreprise.

**AXE 3 : Le niveau de satisfaction des entrepreneurs ayant contracté des prêts auprès de l'ANGEM :**

**1) Le choix de dispositif ANGEM :**

Le tableau suivant représente les différents choix qui ont conduit les entrepreneurs vers le dispositif ANGEM.



**Tableau n°23** : le choix de dispositif ANGEM

|                                 | <b>Effectif</b> | <b>Pourcentage</b> |
|---------------------------------|-----------------|--------------------|
| <b>Le financement de projet</b> | 55              | 87%                |
| <b>Avantage fiscaux</b>         | 05              | 08%                |
| <b>Procédure simple</b>         | 03              | 05%                |
| <b>Autre</b>                    | 00              | 00%                |
| <b>Total</b>                    | 63              | 100%               |

**Source** : Résultat de notre enquête.

D'après le tableau n°23 nous remarquons que la plus part des entrepreneurs enquêtés (87%) ont choisi l'ANGEM a fine de bénéficier de crédit et le matériel de création d'entreprise .et les autres entrepreneurs ont choisi le dispositif ANGEM pour les avantages fiscaux et la procédure simple de la création d'entreprise a travers l'ANGEM.

## **2) La difficulté dans la procédure d'étude de dossier :**

Suivant les résultats du tableau (tableau n°24), plus que la moitié des entrepreneurs enquêtés soit (60%) ont rencontré des difficultés lors de la création de leurs entreprise.

**Tableau n°24** : La difficulté dans la procédure d'étude de dossier.

| <b>Difficultés</b> | <b>Effectifs</b> | <b>Pourcentage</b> |
|--------------------|------------------|--------------------|
| Oui                | 38               | 60%                |
| Non                | 25               | 40%                |
| Total              | 63               | 100%               |

**Source** : Résultat de notre enquête.

A travers notre enquête, nous avons constaté que les entrepreneurs sont soumis à plusieurs contraintes. Les principaux obstacles rencontrés par les entrepreneurs enquêtés sont présentés dans le tableau n°25.

**Tableau n° 25 : Les différents des difficultés**

| <b>Nature de difficultés</b>  | <b>Effectifs</b> | <b>Pourcentage</b> |
|-------------------------------|------------------|--------------------|
| <b>Beaucoup de papier</b>     | 14               | 37%                |
| <b>Procédure compliqué</b>    | 16               | 42%                |
| <b>Bureaucratie</b>           | 02               | 05%                |
| <b>Les frais de procédure</b> | 06               | 16%                |
| <b>Total</b>                  | 38               | 100%               |

**Source :** Résultat de notre enquête.

Le tableau n°25 montre que (42%) des enquêtés ont déclaré que la procédure de création est compliqué. Certains entrepreneurs (37%) ont déclaré que beaucoup de papier exigé par le dispositif ANGEM .en troisième position (16%) des entrepreneurs trouve que les frais de procédure frein la création de leur entreprise. enfin la bureaucratie s'occupe que (05%) des enquêtés qui ont motionné la difficulté de la bureaucratie.

**1) la durée de procédure de création :**

La durée de procédure de création d'entreprise se représente dans le tableau n°26.

**Tableau n°26 : La durée de procédure de création.**

| <b>La durée</b>       | <b>Effectifs</b> | <b>Pourcentage</b> |
|-----------------------|------------------|--------------------|
| <b>Moins d'un an</b>  | 21               | 34%                |
| <b>Un 1 an</b>        | 26               | 41%                |
| <b>Plus d'un 1 an</b> | 16               | 25%                |
| <b>Total</b>          | 63               | 100%               |

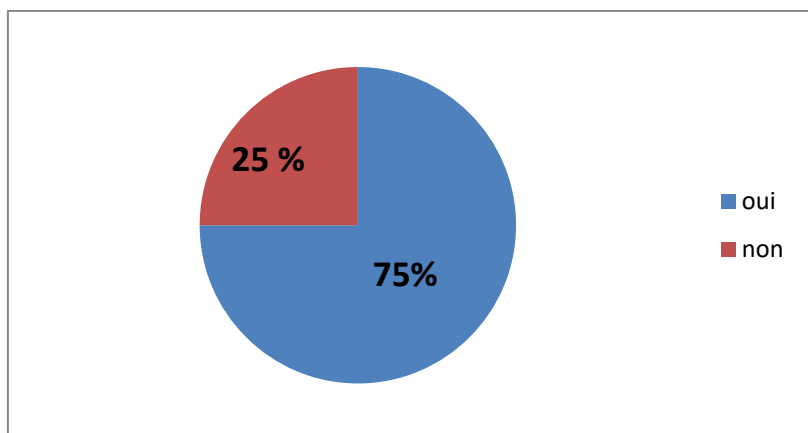
**Source :** Résultat de notre enquête

La moitié des entrepreneurs enquêtés ont déclaré que la durée de création de leur entreprise était longue (01 année) , contre 34% pour une durée réduite de création (moins d'un an). Et 25% ont déclaré que la durée de création à dépassée une année Cette longue durée peut être justifiée par les contraintes citées auparavant surtout en ce qui concerne les contraintes administratives et la procédure compliqué de création d'entrepris.

**2) visite de contrôle de la part de L'ANGEM après la création :**

La figure suivant représente les entrepreneurs qui ont reçu des visites de contrôle auprès de l'ANGEM après la création de leur entreprise.

**Figure n°3 :** Visite de contrôle de l'ANGEM après la création de l'entreprise



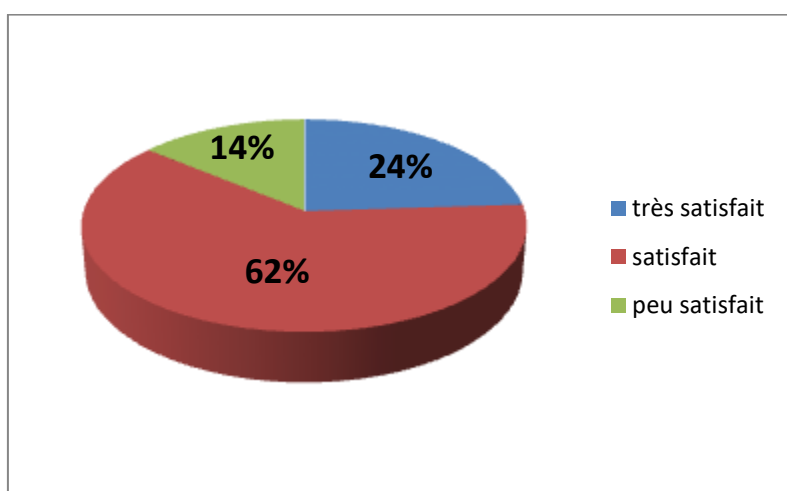
**Source :** Résultat de notre enquête

En ce qui concerne les visites de contrôle de l'ANGEM, la plupart (75%) des entrepreneurs ont reçu des visites de contrôle après le démarrage de leurs activités.

### 3) La satisfaction des entrepreneurs auprès des avantages de l'ANGEM :

Le tableau suivant représente le taux de satisfaction des entrepreneurs auprès des avantages de l'ANGEM.

**Figure n°4 :** le taux de satisfaction des entrepreneurs.



**Source :** Résultat de notre enquête.

D'après les réponses obtenues, nous remarquons que la majorité des entrepreneurs sont satisfaits (62%) des avantages de l'ANGEM et 24% sont très satisfaits, par contre 14% sont peu satisfaits.

peu satisfaits de l'ANGEM. Le résultat obtenu peut être justifié par les contraintes citées auparavant surtout en ce qui concerne les contraintes de création d'entreprise.

**4) Le service le plus satisfaisant de l'ANGEM :**

Le tableau suivant représente les services les plus satisfaisants de l'ANGEM auprès des entrepreneurs.

**Tableau n°27 : Le service le plus satisfaisant de l'ANGEM**

| <b>Le service</b>               | <b>Effectifs</b> | <b>Pourcentage</b> |
|---------------------------------|------------------|--------------------|
| <b>Le financement de projet</b> | 50               | 79%                |
| <b>Accompagnement</b>           | 13               | 21%                |
| <b>Total</b>                    | 63               | 100%               |

**Source :** Résultat de notre enquête

D'après le tableau précédent nous remarquons que 79%des entrepreneurs interrogés ont déclaré que le service de l'ANGEM est satisfaisant en termes de financement de projet. En deuxième position on trouve l'accompagnement avec un taux de 21%.cela peut résumés le manque d'accompagnement après la création des entreprises.

**5) L'avantage souhaitez auprès de l'ANGEM :**

Les avantages souhaitez par les entrepreneurs auprès de l'ANGEM se représente dans le tableau suivant :

**Tableau n°28 : L'avantage souhaitez auprès de l'ANGEM :**

| <b>Les avantages</b>                       | <b>Effectif</b> | <b>Pourcentage</b> |
|--|-----------------|--------------------|
| <b>Local</b>                               | 14              | 22%                |
| <b>Organisation des expositions</b>        | 16              | 25%                |
| <b>Réduire la procédure de création</b>    | 06              | 10%                |
| <b>Augmenter la somme de crédit</b>        | 5               | 8%                 |
| <b>Prolonger la durée de remboursement</b> | 12              | 19%                |
| <b>Le suivi et l'accompagnement</b>        | 10              | 16%                |
| <b>Total</b>                               | 63              | 100%               |

**Source :** Résultat de notre enquête

Il ya lieu d'observer que d'une manière générale, les entrepreneurs enquêtés ne souhaite pas les même avantages auprès de l'ANGEM. Chaque entrepreneurs a ses besoins en premier lieu 25% souhaite l'organisation des salons d'exposition pour bien présentés leurs produit, en deuxième position 22% des en entrepreneurs demande un local pour exercés leur activités, en troisième position 19% prolongement la date de remboursement de crédit .par contre les autres entrepreneurs on peut résumer leur attentes par, le suivi et l'accompagnement, augmenté la somme de crédit, enfin réduire la procédure de création d'entreprise.

#### 6) Les avantages financiers sont 'il suffisants pour créer une entreprise :

Le tableau suivant représente l'importance de financement aux yeux des entrepreneurs enquêtés .

**Tableau n°29** : L'importance de financement aux yeux des entrepreneurs enquêtés

|              | <b>Effectifs</b> | <b>Pourcentage</b> |
|--------------|------------------|--------------------|
| <b>Oui</b>   | 21               | 33%                |
| <b>Non</b>   | 42               | 67%                |
| <b>Total</b> | 63               | 100%               |

**Source** : Résultat de notre enquête

Pour l'ensemble des entrepreneurs enquêtés, soit 67% des réponses étaient pour le « Non » c'est-à-dire n'est pas suffisants les avantages financières pour crée une entreprise

#### 7) L'ANGEM joue un rôle important dans l'activité des entrepreneurs :

L'importance de l'ANGEM dans l'activité des entrepreneurs se représente dans le tableau suivant :

**Tableau n°30** : L'importance de l'ANGEM dans l'activité des entrepreneurs

|              | <b>Effectifs</b> | <b>Pourcentage</b> |
|--------------|------------------|--------------------|
| <b>Oui</b>   | 25               | 40%                |
| <b>Non</b>   | 38               | 60%                |
| <b>Total</b> | 63               | 100%               |

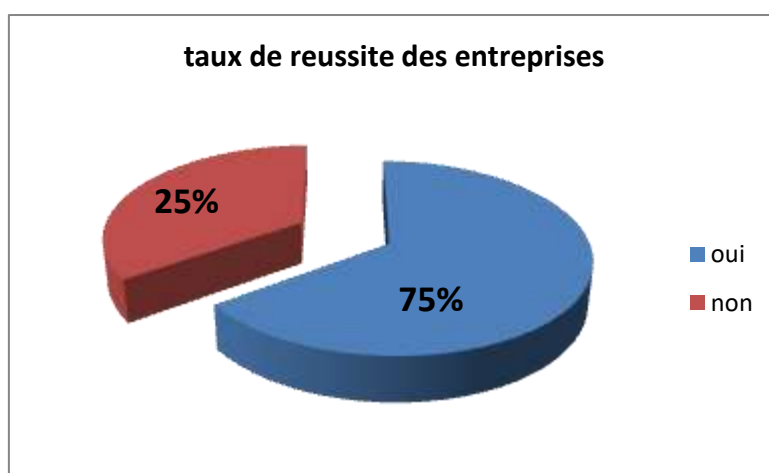
**Source** : Résultat de notre enquête

Pour l'ensemble des entrepreneurs enquêtés, soit 60% des réponses étaient pour le « Non » c'est-à-dire le dispositif ANGEM ne joue pas un rôle important dans leurs activités entrepreneurial.

**8) La situation des entreprises sont elle réussi :**

la figure suivant représente le taux de réussite des entreprises incubé par le dispositif ANGEM.

**Figure n° 5:** Le taux de réussite des entreprises enquêtées



**Source :** Résultat de notre enquête

L'acte d'entreprendre n'est pas seulement liés aux caractéristiques de l'entrepreneur mais est également déterminé par les facteurs contextuels qui vont agir soit pour favoriser l'acte ou pour freiner le comportement et la propension entrepreneuriale. A la lecture de la figure précédente, nous pouvons remarquer que 75% (47 entrepreneurs) enquêtés ont réussi, par contre 25% (16 entrepreneurs) qui n'ont pas réussi.

**9) Les facteurs de l'échec de l'entreprise :**

Les facteurs de l'échec des entreprises incubé par le diapositif ANGEM.

**Tableau n° 31:** Les facteurs de l'échec des entreprises enquêtées.

| Les facteurs                       | Effectifs | Pourcentage |
|------------------------------------|-----------|-------------|
| Le manque de main d'œuvre qualifié | 00        | 00%         |
| Manque d'accompagnement            | 5         | 22%         |
| Manque d'expérience                | 00        | 00%         |
| Environnement défavorable          | 06        | 26%         |
| Autre (le confinement)             | 12        | 52%         |
| <b>Total</b>                       | <b>23</b> | <b>100%</b> |

Source : Résultat de notre enquête

On remarque à travers la lecture de tableau ci-dessus que les entrepreneurs questionnés ont mentionné plusieurs facteurs d'échec, la plupart des entrepreneurs 52% ont pas réussi à cause la période de confinement .En deuxième position l'environnement défavorable26% vu la situation économique de pays. En troisième position 22% des entrepreneurs ont d'déclaré que le manque d'accompagnement c'est l'un des facteurs de l'échec de leur entreprise.

#### 10) Les facteurs de réussites de l'entreprise :

Les facteurs de réussit des entreprises enquêtés se représente dans le tableau suivant :

**Tableau n°32 :** Les facteurs de réussites des entreprises enquêtées

| Les facteurs                    | Effectifs | Pourcentage |
|---------------------------------|-----------|-------------|
| L'accompagnement de l'ANGEM     | 15        | 26%         |
| Les compétences professionnelle | 32        | 56%         |
| Autre (la famille)              | 10        | 18%         |
| <b>Total</b>                    | <b>57</b> | <b>100%</b> |

Source : Résultat de notre enquête

Pour les entrepreneurs enquêtés, il n'ya pas un seule facteur de réussit de leur entreprise, c'est la conjugaison de plusieurs raisons qui les a amenés à réussir leur activités dont la plupart des entrepreneurs 56% trouve que leur réussit est dépende des les compétences professionnelle acquis .en deuxième position 26%l'accompagnement de l'ANGEM .en troisième position 18% sont d'autre facteur telle que les conseils des amis ou de la famille.

### **11) Le conseil à ceux qui veulent créer une entreprise a travers le dispositif ANGEM :**

D'après notre enquête dans la wilaya de Bejaia 90% des entrepreneurs encouragent la création d'entreprise a travers le dispositif ANGEM, sous réserve d'avoir de l'expérience dans le domaine dont il veut entreprendre. Car, cela lui permet de surmonter les difficultés dans leur parcours entrepreneurial. Et sous réserve de marquer des améliorations au niveau de l'organisme d'accompagnement en question l'ANGEM tel que la restriction temporelle et la réduction de nombre d'étapes dans les procédures administratives et répondre de manière générale aux attentes des entrepreneurs.

De cette façon cet organisme perfectionne ces différents services et donc participe efficacement à la promotion de l'activité entrepreneurial comme un meilleur accompagnement, le suivi des entreprises créées, organisation des expositions afin de présenter leurs produits, accroché des contrats entre les micro-entreprises accompagnées et les établissements publics afin de vendre leurs produits. Par contre le reste des entrepreneurs ont déconseillé la création d'entreprise a travers le dispositif ANGEM à cause du manque d'accompagnement, de la difficulté de remboursement de crédit.

### **Conclusion**

L'acte d'investir est avant tout un choix et une décision d'entreprendre, souvent influencée par des facteurs environnementaux, c'est-à-dire des facteurs ayant un rapport avec le vécu familial, professionnel de l'entrepreneur, tels que les aides diverses dont il bénéficie, qu'elles soient financières, matérielles ou psychologiques.

La recherche que nous avons réalisée avait pour objectif d'étudier le rôle et l'importance de l'accompagnement entrepreneurial susceptible d'avoir un impact sur le succès de l'activité entrepreneurial des entrepreneurs.

Les entrepreneurs enquêtés sont généralement de sexe féminin, d'âge mûr entre 25 ans et 50 ans. Dans la plupart des cas, ils sont à la fois propriétaires et gérants de leurs entreprises. Leur niveau d'étude est secondaire pour la majorité malgré qu'il y ait une proportion importante qui n'a qu'un niveau moyen. Ils ont acquis suffisamment d'expérience et de savoir-faire dans le même secteur que celui où ils créent leurs entreprises.



A travers notre enquête, nous avons constaté que les entreprises enquêtées se caractérisent globalement par leur petite taille (TPE ou micro entreprise) grâce aux dispositif d'appui ANGEM, elles sont nouvellement créées ou le nombre le plus élevé était entre l'année 2019 et 2022 et même entre 2015 et 2018. Leur forme juridique dominante est l'entreprise individuelle.

Il ressort de cette enquête que la plupart des entrepreneurs ont un fort sentiment d'indépendance et d'autonomie et la volonté d'être le chef de son entreprise et créer leur propre emploi vu le chômage. Ces caractéristiques sont considérées comme les motifs les plus motivants pour se lancer en affaire. Il est à noter que les caractéristiques les plus importantes pour réussir en affaires est savoir gérer et avoir un réseau relationnel.

Les contraintes auxquelles sont confrontées ces entreprises sont principalement des lenteurs administratives, processus de création compliqué, un manque de suivi. Parmi les attentes des entrepreneurs, nous citons la souplesse de l'administration et la lutte contre la bureaucratie un meilleure accompagnement auprès des dispositifs d'aide, organisation des salons d'expositions et réduire la procédure de création d'entrepris

# Conclusion Général

### Conclusion Général

Tout au long de ce travail, nous avons essayé d'apporter des réponses pour notre question principale à savoir : « les organismes d'accompagnement jouent-ils un rôle importants dans la promotion de l'activité entrepreneuriale dans la wilaya de Bejaia ? ».

Pour ce faire, nous avons élaboré un éclairage théorique sur le concept entrepreneuriat et celui de l'entrepreneur dans le but d'expliquer l'acception qu'englobent ces deux concepts. L'entrepreneuriat est un phénomène qui s'articule autour d'un entrepreneur qui est un individu doté des caractéristiques spécifiques à lui, ayant des raisons qui lui motive à entreprendre ; La création d'entreprises est la manifestation la plus claire de l'entrepreneuriat, qui est le résultat des activités de l'entrepreneur. Ce processus de création renseigne sur la dynamique entrepreneuriale dans une région ou dans un pays.

En Algérie en l'absence de système éducatif préparant les jeunes à l'entrepreneuriat, l'accompagnement doit se porter essentiellement les enseignements et la formation des entrepreneurs sur les connaissances de management, de la finance, du marketing de la fiscalité...etc. Il est vrai que le cadre institutionnel algérien a connu de bouleversements profonds depuis l'engagement du processus des réformes et la transition du pays vers l'économie de marché. Toutefois, le secteur privé devient le moteur de ce processus, et le rôle de l'Etat a diminué, par ailleurs, beaucoup de politiques de stimulation à l'entrepreneuriat ont vu le jour rien que pour encourager, faciliter et stimuler la création des entreprises qui devient un enjeu principal pour les décideurs politiques. Alors, des dispositifs d'aide et d'appui ont été initiés à l'échelle nationale, on cite l'ANSEJ, la CNAC, l'ANDI et l'ANGEM

L'accompagnement entrepreneurial doit relever avant tout d'un dispositif cohérent visant à établir des relations régulières pour la mise en œuvre des fonctions clés de l'entreprise nouvellement créée. L'accompagnement doit se faire jusqu'à ce que la nouvelle entreprise ait atteint une certaine autonomie et/ou maturité. Il faut souligner cependant, que l'axe le plus développé est le soutien financier surtout dans le cadre du financement des micro-entreprises.

Tout d'abord, nous avons présenté la dynamique des micro-entreprises dans la wilaya de Bejaia. Puis, nous avons identifié et caractérisé l'entrepreneur privé de la wilaya de Bejaia à partir des résultats d'une enquête que nous avons réalisé auprès d'un échantillon de 63 entrepreneurs privés de la région. Plus précisément, nous avons interrogé sur le profil personnel de l'entrepreneur, ses origines sociales, ses trajectoires professionnelles, ses

motivations et les déterminants du choix de secteur d'activité, le taux de satisfaction envers le dispositif ANGEM et enfin les principales contraintes entravant son acte de création.

Il ressort de notre enquête que les entrepreneurs sont en majorité écrasante des femmes, ayant un âge mûr entre 25 ans et 50 ans. Dans la plupart des cas, ils sont à la fois propriétaires et gérants de leurs entreprises. D'une manière générale, la plupart des entreprises de notre échantillon sont des entreprises individuelle qui ont été créées dès les années 2014. Et aussi Notre étude montre que les enquêtés sont motivés, principalement, dans leur acte entrepreneurial par la recherche d'autonomie, du profit et la volonté de créer de leur propre emploi.

Notre enquête auprès des entrepreneurs a montré que cette agence est loin de remplir toutes les conditions nécessaires pour un accompagnement optimal des créateurs ; en effet, l'ANGEM enregistre d'importants manques en termes d'outils d'accompagnement, notamment pendant et après la création, à savoir : le conseil et la formation des créateurs. En effet, beaucoup de créateurs enregistrent des lacunes en matière de maîtrise d'outils de gestion. Il est de ce fait, intéressant de renforcer l'efficacité de l'ANGEM en le dotant de nouveaux moyens liés à la formation des créateurs aux outils de gestion, et de conseils, indispensables à la survie de leurs affaires.

Pour remédier aux insuffisances de l'offre de l'ANGEM en termes d'accompagnement entrepreneurial nous proposons ces quelques propositions et recommandations :

- ✓ Améliorer et encourager la collaboration entre les divers organismes d'aide à la création d'entreprise de la wilaya ;
- ✓ Intégrer l'éducation entrepreneuriale dans les systèmes éducatifs afin d'encourager l'émergence de l'esprit d'entreprise, notamment chez les jeunes femmes et hommes ;
- ✓ Promouvoir des produits et services financiers durables ciblant spécifiquement les besoins de ces entrepreneurs ;
- ✓ Elaborer et mettre en œuvre des politiques harmonisées pour la libre circulation des biens et des services permettant aux opérateurs économiques, particulièrement les entrepreneurs, de tirer profit des marchés régionaux et sous régionaux ;

Les facteurs de la réussite des entreprises, créées dans le cadre de ce dispositif peuvent être interne, c'est-à-dire lié à l'entrepreneur lui-même et à l'environnement de l'entreprise. Les compétences et l'expérience de l'entrepreneur et même à la qualité de l'accompagnement qui donnera ce dispositif ;

- ✓ Négocier avec les collectivités locales des quotas pour une meilleure participation ces entrepreneurs dans les projets structurants régionaux.
- ✓ Mettre au point une protection national dans les administrations publique en travaillant pour une meilleure accessibilité des entrepreneurs aux services de l'administration publique, en particulier au niveau des structures d'appui à la création d'entreprise ;
- ✓ Mettre en œuvre des politiques fiscales qui tiennent compte des questions de genre et des besoins de ces entrepreneurs.

# Bibliographie

### Ouvrage

- Imen Maalel, «Les recherches sur le phénomène d'accompagnement de 1996 à 2013 », p18ert et al. (2002), page 8.
- (Laurent, P. (1989). L'entrepreneur dans la pensée économique. Revue Internationale P.M.E., 2(1), 57–70).
- .JULIEN. P-A et MARCHESNAY. M, (1996), Ed ECONOMICA, Paris 1996, p 09
- Alain Fayolle, « Introduction à l'entrepreneuriat », Dunod, Paris, 2005, p 9.
- Alain Fayolle et Romaric Cuzin, « Quel appui à la création d'entreprise », L'expansion management review 2006/ (N° 120), pages 92à97.
- ALAIN Fayolle, « Entrepreneuriat : apprendre à entreprendre », 2e édition DUNOD, 2012paris, p149
- Albert et Gaynor(2001) classent parmi les recherches descriptives, par exemple, les recherches d'Allen et
- APCE, « L'accompagnement des créateurs d'entreprise en France : définitions, pratiques et résultats », note d'analyse NA 172, 2000.

### Article :

- AT SAID Souad, « Analyse entrepreneuriale et création d'entreprise dans la wilaya de Bejaia », Université Abderrahmane Mira de Bejaia, 2015, p44.
- AYAD MALEK NAIMA. LA CREATION D4ENTREPRISE ET LES POLITIQUE TERETORIELES : CAS DE LA WILAYA DE BEJAIA, THESE DE DOCTORAT, UNIVERSITES DE BEJEAIA 2016/2017 P.218
- BOUGHANEM. F, « L'entrepreneuriat féminin et son accompagnement : cas de l'accompagnement par l'ANSEJ des femmes entrepreneurs de la wilaya de Tizi-Ouzou », Thèse de magister, FSECG-UMMTO, 2008, P. 94
- Bowen et Hisrich (1986) ; Hisrich et O' Cinneide(1986); Aldrich et al(1987); Filion(1991); Saglio (1991) ; Casson (1991).
- Bruyat, (1992).
- Cantillon R, essai sur la nature du commerce en général, Ed. I.N.E.D, Paris 1997).
- Carter, Gartner et Reynolds (1996).
- Carter, Gartner et Reynolds (1996).
- Chandler et Jansen (1992)
- Chandler et Jansen (1992)

- Chandler et Jansen (1992)
- Cité par Aouni, z.et Surlemont, B. (2007)
- Cité par Aouni, z.et Surlemont, B. (2007).
- Cité par Hernandez, E.M. (1995).
- Cité par Hernandez, E.M. (1995).
- Cité par Tounés, A, (2003).
- D.Hisrich R et P. Paters M, « Entrepreneuriat : lancer, élaborer et gérer une entreprise » , Ed .ECONOMICA, Paris, 1991, p 11.
- DRUCKER Peter « les entrepreneurs » Traduit de l'américain par patrice Hoffman. Ed, L'expansion, ACHETTE, JC Lattés, 1985, p55.
- Entrepreneuriat, apprendre à entreprendre, Alain Fayolle, Ed DUNOD, Paris 2012, p 153.
- Fayolle, (2004, p10).
- Frank Janssen, « Entreprendre : une introduction à l'entrepreneuriat », 2édition, Rue du Bosquet, 2016, p19.
- G. A. Dokou Kokou, « Accompagnement entrepreneurial et construction des facteurs clés de succès », Xe conférence de l'AIMS, université de Laval, 2001.
- Hackett et Dilts (2004).
- <http://decoupageadministratifalgerie.blogspot.comconsulterle8juin2022>
- <http://www.angem.dz/>
- <https://anade.dz>
- <https://elmouchir.caci.dzconsulterle8juin2022>
- <https://www.mde.ci/consulterle8mai2022>
- Imen Maalel, « La performance des structures d'accompagnement (cas de la Tunisie) », thèse de Docteur en sciences de gestion, université de Bretagne occidentale .Brest 2014, p 51.
- JULIEN. P-A et MARCHESNAY. M, (1996), Ed ECONOMICA, Paris 1996, p 23.
- JULIEN. P-A et MARCHESNAY. M, (1996), Ed ECONOMICA, Paris 1996, p 23
- L'entrepreneuriat, pierre -André Julien, Michel MARCHESNAY, Ed. ECONOMICA Paris 1996 p 51.
- L'entrepreneuriat, pierre -André Julien, Michel MARCHESNAY, Ed. ECONOMICA Paris 1996 p 51...54.



- L'entrepreneuriat, pierre -André Julien, Michel MARCHESNAY, Ed. ECONOMICA Paris 1996 p 55.
- L'entrepreneuriat, pierre -André Julien, Michel MARCHESNAY, Ed. ECONOMICA Paris 1996 p 55 – 59
- Les statistiques de l'ANGEM de la wilaya de Bejaia.
- Les statistiques de la direction des PME de la wilaya de Bejaia ,2022.
  - Low et Mac Millan, (1988) ; Bull et Williard (1993).
  - MAHE.H, 1998. P 146
  - Marchesnay(1997) ; Reynolds(1988), Cachon (1992).
  - McClusky(1990), Main (1994, 1998) et Sherman et Chappell(1998).
- National, Business, Incubator, Association.
- Nous renvoyons pour cela aux travaux d'Attitalah Imen qui travaille sur l'essaimage, forme d'accompagnement par une entreprise, sous la direction du Professeur Robert Paturel (2014).
- Parmi ces recherches, figurent celles de : Main (1994), Autio et Klofsten (1998).
- Parmi les recherches analysées par ces auteurs et appartenant à ce groupe, nous citons Stuart et Abetti (1987) et Fry(1987).
- Parmi les recherches citée par ces auteurs et appartenant à ce groupe, nous relevons Kuratko et Lafolette (1987) et Lumpkin et Ireland (1988).
- Parmi les recherches citées par (Hackett et Dilts, 2004) et appartenant à ce groupe, notons les travaux de Hansen et al(2000) et Nowak et Grantham (2000).
- Parmi les recherches évaluatrices, les auteurs citent Markley et McNamara(1996) et Lalkaka et Bishop(1996).
- Parmi les recherches prescriptives, les auteurs citent Campbell et al. (1988), Autio et Klofsten, (1998) et Hansen et al. (2000).
- Parmi les recherches reprises par Hackett et Dilts (2004) et appartenant à ce groupe, nous citons Brooks (1986), Smilor et Gill (1986), Allen et Rahman (1985).

### **Rapports**

- Shara P et J.-J.Chrisman, 1999

### **Site internet :**

#### **Thèse et mémoire :**

- Thierry Verstraete et Alain Fayolle, paradigmes et entrepreneuriat, revue de l'entrepreneuriat, vol4, n°1, 2005, p4.

- Verstraete T, « Histoire d'entreprendre, les réalités de l'entrepreneuriat », Ed .EMS, 2000, p12.

Verstraete(2001) et Casson (2005).

- Verstraete(2002) reconnaît des nuances entre les termes champ de domaine de recherche (un champ de recherche est : « un ensemble d'objets, de notions et concepts étudiés par une communauté de chercheurs regroupés pour élaborer des connaissances » et un domaine de recherche est : « un ensemble plus ou moins vaste que le champ pouvant contenir tout ou une partie de plusieurs champs », p 87,) mais les utilise de façon synonymique.
- **[www.industrie.gov.dz](http://www.industrie.gov.dz)**
- [www.industrie.gov.dz](http://www.industrie.gov.dz)
- **[www.jecremonentreprise.dz](http://www.jecremonentreprise.dz)**

# Liste des tableaux

|  |    |
|--|----|
| <b>Tableau n°1:</b> Les différentes formes d'accompagnement.....                                 | 38 |
| <b>Tableau n°2 :</b> Les principes de l'accompagnement .....                                     | 39 |
| <b>Tableau n°3 :</b> Les différentes définitions des structures d'accompagnement .....           | 46 |
| <b>Tableau n °4 :</b> La population des PME de la wilaya de Bejaia.....                          | 58 |
| <b>Tableau n°5 :</b> La répartition des PME par taille .....                                     | 59 |
| <b>Tableau n°6 :</b> La population des PME par secteur.....                                      | 61 |
| <b>Tableau n°7 :</b> Evaluation des PME par les cinq premiers communs de la wilaya de Bejaia.... | 62 |
| <b>Tableau n°8 :</b> Répartition par sexe les prêts accordé par l'ANGEM .....                    | 69 |
| <b>Tableau n°9 :</b> Répartition par type de financement par l'ANGEM (2010à2019).....            | 69 |
| <b>Tableau n°10 :</b> Répartition par sexe femme et secteur d'activité (2010 à 2019).....        | 70 |
| <b>Tableau n°11 :</b> La répartition spatiale de la population mère de l'échantillon.....        | 71 |
| <b>Tableau n°12 :</b> Les données relatives à notre enquête de terrain.....                      | 73 |
| <b>Tableau n°13 :</b> Répartition des entreprises enquêtées selon l'année de création.....       | 74 |
| <b>Tableau n°14 :</b> La répartition enquêtée selon le secteur d'activité.....                   | 74 |
| <b>Tableau n°15 :</b> La répartition des entreprises enquêtées selon la forme juridique.....     | 75 |
| <b>Tableau n°16 :</b> La répartition des entreprises enquêtées selon la taille.....              | 75 |
| <b>Tableau n° 17 :</b> La situation actuelle des entreprises de notre échantillon.....           | 76 |
| <b>Tableau n°18 :</b> Répartition de l'âge des entrepreneurs.....                                | 77 |
| <b>Tableau n°19 :</b> La répartition de niveau d'étude des entrepreneurs enquêtés.....           | 78 |
| <b>Tableau n°20 :</b> La situation professionnelle avant la création d'entreprise.....           | 78 |
| <b>Tableau n°21 :</b> Les motivations des entrepreneures à la création de l'entreprise.....      | 79 |
| <b>Tableau n°22 :</b> Le choix de secteur de l'entreprise.....                                   | 80 |

|  |    |
|--|----|
| <b>Tableau n°23</b> : Le choix de dispositif ANGEM.....                              | 81 |
| <b>Tableau n°24</b> : La difficulté dans la procédure d'étude de dossier.....        | 81 |
| <b>Tableau n°25</b> : Les différents des difficultés.....                            | 82 |
| <b>Tableau n°26</b> : La durée de procédure de création.....                         | 82 |
| <b>Tableau n°27</b> : Le service le plus satisfaisant de l'ANGEM.....                | 84 |
| <b>Tableau n°28</b> : L'avantage souhaité auprès de l'ANGEM.....                     | 84 |
| <b>Tableau n°29</b> : Le taux d'avis des entrepreneurs enquêtés.....                 | 85 |
| <b>Tableau n°30</b> : L'importance de l'ANGEM dans l'activité des entrepreneurs..... | 85 |
| <b>Tableau n°31</b> : Les facteurs de l'échec des entreprises enquêtées.....         | 87 |
| <b>Tableau n°32</b> : Les facteurs de réussites des entreprises enquêtées.....       | 87 |

# Liste des figures

|  |    |
|--|----|
| <b>Figure n°1</b> : La situation actuelle des entreprises de notre échantillon .....     | 76 |
| <b>Figure n°2</b> : La répartition de la population par sexe.....                        | 77 |
| <b>Figure n°3</b> : Visite de contrôle de l'ANGEM après la création de l'entreprise..... | 83 |
| <b>Figure n°4</b> : Le taux de satisfaction des entrepreneurs.....                       | 83 |
| <b>Figure n°5</b> : Le taux de réussite des entreprises enquêtées.....                   | 86 |

# Liste des abréviations



**ANGEM** : Agence Nationale de Gestion des Microcrédit

**ANADE** : Agence National d'appui de Développement et de l'Entrepreneuriat

**ANDI** : Agence nationale du développement des investissements

**APCE** : Agence pour la Création d'Entreprise

**BTP**: Bâtiment et Travaux Publique

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

**EURL** : Entreprise Unipersonnelle Responsabilité Limitée

**ISMME** : Ingénierie des Systèmes Matériaux, Mécanique, Energétique

**OCDE** : Organisation pour la Coopération Economique et le Développement

**PE** : Petite Entreprise

**PME** : Petite et Moyenne Entreprise

**PNR** : Prêt Non Rémunéré

**PIC** : Pérennité Indépendance Croissance

**SARL** : Société a Responsabilité Limitée

**SNC** : Société au Nom Collectif

**SPA** : Société Par Action

**TPE** : Très Petite Entreprise

# ANNEXES

UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA BEJAIA  
FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES ? DES SCIENCES  
DE GESTION ET DES SCIENCES COMMERCIALES  
DEPARTEMENT DES SCIENCES DE GESTION

**QUESTIONNAIRE D'ENQUETE**

Dans le cadre de réalisation d'un mémoire master 2 en sciences de gestion

Option : entrepreneuriat

Thème :

**La promotion de l'activité entrepreneuriale via les  
organismes d'accompagnement :  
Cas des entrepreneurs incubés par l'ANGEM  
de Bejaia**

L'objectif de ce questionnaire est d'évaluer le niveau de satisfaction des entrepreneurs ayant contracté des prés auprès de l'ANGEM- BEJAIA.

Si vous acceptez de remplir le présent questionnaire, nous tenons à vous informer que la présente étude revête d'un caractère purement scientifique. Elle est tout à fait anonyme et confidentielle.

La qualité et la précision de vos réponses, nous assurent la réussite.

Merci à l'avance pour votre collaboration dont dépend la réussite de cette étude.

Réalisé par :

AIT MATEN NABILA

BENAKLI MOBAREK

Encadré par :

Mr. HANIS

---

Veillez remplir ce « QUESTIONNAIRE »

Mes remerciements.

**Axe 1 : Identité de l'entreprise :**

1. Nom de l'entreprise : .....
2. Date de la création de l'entreprise : .....
3. Adresse de l'entreprise : .....
4. Le secteur d'activité de l'entreprise :
  - Industrie
  - Services
  - Agriculture
  - Agroalimentaire
  - Autre (veuillez préciser) : .....
5. Le statut juridique de l'entreprise :
  - EURL
  - SARL
  - SNC
  - E. Individuelle
6. La taille de l'entreprise :
  - Micro entreprise
  - Petite entreprise
  - Moyenne entreprise
7. Nombre des employés :
  - A la date de création : .....
  - A la date actuelle : .....
8. La situation actuelle de l'entreprise : .....
- Critique
- Moyen
- Expansion

**Axe 2 : Identité de l'entrepreneur :**

9. Nom et prénom de répondant : .....

10. Le sexe :

- Masculin
- Féminin

11. L'âge : .....

12. Statut de répondant :

- Créateur
- Gérant
- Autre (préciser) : .....

13. Le niveau d'étude :

- Primaire
- Moyen
- Secondaire
- Universitaire
- Formation professionnel

14. La situation professionnelle de l'entrepreneur avant la création de l'entreprise :

- Chômeur
- Employé
- Etudiant
- Autre (préciser) : .....

15. Qu'est ce que vous a motivé et poussé à créer votre propre entreprise ?

- Créer votre propre emploi vu le chômage
- Etre indépendant financière
- Créer des emplois dans la région
- Vous avez des connaissances préalables en entrepreneuriat
- Vous êtes issu(e) d'une famille d'entrepreneurs
- Bénéficiaire des avantages de l'ANGEM

16. L'activité principale de votre entreprise : .....

17. Le choix du secteur de votre entreprise a été déterminé en fonction :

- Du diplôme acquis dans le domaine d'activité
- Expériences antérieures dans le domaine
- Des conseils de l'ANGEM
- Des conseils des amies ou famille
- Autre (préciser) : .....

### Axe 3 : Le niveau de satisfaction des entrepreneurs ayant contracté des prêts auprès de l'ANGEM

18. Pourquoi vous avez créé votre entreprise a travers l'ANGEM : .....

19. Avez-vous rencontré des difficultés dans la procédure d'étude de votre dossier :

- Oui
- Non
- Si ; oui, précisez : .....

20. Combien de temps avez-vous pris entre la préparation du dossier administratif demandé par l'ANGEM et le démarrage réel de votre entreprise :

- Moins d'un 1 an
- Un 1 an
- Plus d'un 1 an

21. Avez-vous reçu des visites de contrôle de la part de l'ANGEM après la création de votre entreprise.

- Oui
- Non

22. Est-ce que vous êtes satisfait des avantages que l'ANGEM vous a accordé ?

- Très satisfait
- Satisfait
- Peu satisfait
- Pas du tout satisfait

23. Selon vous quel est le service de l'ANGEM le plus satisfaisant ? .....

24. Que souhaitez-vous avoir comme avantage de plus auprès de l'ANGEM ? :.....  
.....
25. D'après vous le fait de bénéficier seulement des avantages financiers, est il suffisant pour créer une entreprise
- Oui
  - Non
26. Pensez vous que l'ANGEM joue un rôle important dans la promotion de votre activité entrepreneurial ?
- Oui
  - Non
27. A votre avis, comment voyez vous votre entreprise aujourd'hui, a-t-elle réussi ?
- Oui
  - Non
- En cas non :.....
28. Quels sont les plus grands facteurs qui ont contribué à l'échecs de votre entreprise ?
- Des obstacles administratifs
  - La difficulté de procédure d'étude de dossier
  - La durée de traitement de dossier
  - Autre (précisez) :.....
- En cas oui :.....
29. Quels sont les facteurs les plus importants qui ont contribué au succès et au progrès de votre entreprise
- L'accompagnement de l'organisme d'accompagnement
  - Les compétences professionnelles
  - Autre (préciser) :.....
30. Quels conseils pouvez-vous donner à ceux qui veulent créer leur propre entreprise ? Notamment via le dispositif ANGEM ? :.....

**Merci pour votre participation**

# Table des matières



## Table des matières

|  |                             |
|--|-----------------------------|
| Introduction générale.....   | Erreur ! Signet non défini. |
| Chapitre 1 : Vue théorique sur l'entrepreneuriat.....                        | 11                          |
| Introduction .....   | 12                          |
| I. Section 01 : Notions de base sur l'entrepreneuriat .....                  | 12                          |
| I.1 Définition de l'entrepreneuriat :.....                                   | 12                          |
| I.2 Les formes de l'entrepreneuriat :.....                                   | 13                          |
| a. La création ex-nihilo : .....   | 13                          |
| b. La création par essaimage : .....   | 14                          |
| c. La création par franchise : .....   | 14                          |
| d. La reprise d'entreprise :.....  | 14                          |
| e. L'intrapreneuriat :.....  | 15                          |
| I.3 Les approches dominantes de la recherche en entrepreneuriat :.....       | 15                          |
| a. Approche descriptive (ou Approche par les traits) : .....                 | 16                          |
| b. Approche comportemental (Approche par les faits) :.....                   | 17                          |
| c. Approche processuelle : .....   | 18                          |
| I.4 Les conceptions dominantes de l'entrepreneuriat : .....                  | 19                          |
| a. Paradigme de l'opportunité d'affaires : .....                             | 19                          |
| b. Paradigme de la création d'une organisation :.....                        | 20                          |
| c. Paradigme de la création de valeur :.....                                 | 20                          |
| d. Paradigme de l'innovation :.....  | 20                          |
| II. Section 2 : L'acteur de l'entrepreneuriat ; l'entrepreneur .....         | 21                          |
| II.1 Définition de l'entrepreneur :.....                                     | 21                          |
| II.2 Les caractéristiques de l'entrepreneur :.....                           | 22                          |
| a. Les traits de caractère : .....   | 22                          |
| b. L'entrepreneur est un opportuniste :.....                                 | 23                          |
| c. L'entrepreneur est un organisateur : .....                                | 23                          |
| d. Un Preneur de risques : .....   | 23                          |
| e. L'entrepreneur est motivé : .....   | 24                          |
| II.3 Les types d'entrepreneurs :.....  | 24                          |
| III. Section 3 : L'acte de l'entrepreneuriat ; la création d'entreprise..... | 26                          |
| III.1 Création d'entreprise : Définition et intérêt.....                     | 26                          |
| III.2 Les étapes de la création d'entreprise : .....                         | 27                          |

|       |   |    |
|-------|---|----|
| a.    | Évaluation de l'opportunité de création d'entreprise : .....                              | 27 |
| b.    | Conception et formulation du projet de création : .....                                   | 28 |
| c.    | Montage juridique et financement de projet : .....  | 29 |
| d.    | Lancement des activités : .....   | 29 |
| III.3 | La diversité des créations d'entreprise : .....   | 30 |
| a.    | La création reproduction : .....  | 30 |
| b.    | La création imitation : .....   | 30 |
| c.    | La création innovation-valorisation : .....   | 31 |
| d.    | La création innovation-aventure : .....   | 31 |
|       | Conclusion .....  | 32 |
|       | Chapitre 2 : L'accompagnement entrepreneurial .....                                       | 33 |
|       | Introduction .....  | 34 |
| I.    | Section 01 : Concepts et fondements de l'accompagnement entrepreneurial .....             | 34 |
| I.1   | Définition de l'accompagnement : .....  | 35 |
| I.2   | Les étapes de l'accompagnement : .....  | 36 |
| a.    | L'accueil : .....   | 36 |
| b.    | L'accompagnement proprement dit : .....   | 37 |
| c.    | Le suivi post-crédation : .....   | 37 |
| I.3   | . Les différentes formes d'accompagnement : .....   | 37 |
| II.   | Section 02 : Les recherches sur l'accompagnement et les structures d'accompagnement ..... | 39 |
| II.1  | Les recherches d'Albert et Gaynor (2001) : .....  | 40 |
| a.    | Les recherches descriptives : .....   | 40 |
| b.    | Les recherches prescriptives : .....  | 41 |
| c.    | Les recherches évaluatrices : .....   | 41 |
| II.2  | Les recherches d'Hackett et Dilts (2004) : .....  | 41 |
| a.    | Les recherches sur le développement des structures d'accompagnement de 1984-1987 : ....   | 41 |
| b.    | Les recherches sur la configuration des structures d'accompagnement de 1987-1990 : .....  | 42 |
| c.    | Les recherches sur le développement des entreprises accompagnées de 1987-1988 : .....     | 42 |
| d.    | Les recherches sur l'impact des structures d'accompagnement de 1990-1999 : .....          | 42 |
| e.    | Les recherches de théorisation du phénomène d'accompagnement de 1996-2000 : .....         | 43 |
| II.3  | Les types de structures d'accompagnement : .....  | 43 |
| a.    | Les pépinières : .....  | 43 |
| b.    | Les incubateurs : .....   | 43 |
| c.    | Les technopoles : .....   | 44 |

|   |   |    |
|---|---|----|
| d.  | Les différentes définitions des structures d'accompagnement :.....  | 45 |
| III.  | Section 03 : L'aide et l'accompagnement à la création d'entreprises : .....                                       | 47 |
| III.1   | Les besoins des porteurs de projet :.....   | 47 |
| a.  | Les services offerts par les structures d'accompagnement :.....   | 48 |
| III.2   | L'intervention des structures d'accompagnement :.....   | 48 |
| a.  | La phase de pré-incubation :.....   | 49 |
| b.  | La phase d'incubation :.....  | 49 |
| c.  | La phase de post-incubation :.....  | 49 |
| III.3   | Particularisation des facteurs clés de succès : .....   | 50 |
| Conclusion.....   |   | 51 |
| Chapitre 03 :L'entrepreneuriat et l'accompagnement entrepreneurial dans la wilaya de Bejaia ..... |   | 52 |
| Introduction .....  |   | 53 |
| I.  | Section 01 : L'entrepreneuriat dans la wilaya de Bejaia .....   | 53 |
| I.1   | Présentation de la wilaya de Bejaia :.....  | 53 |
| I.1.1   | La dimension géographique de la wilaya de Bejaia : .....  | 54 |
| I.1.2   | La dimension économique de la wilaya de Bejaia : .....  | 54 |
| I.2   | La population entrepreneuriale dans la wilaya de Bejaia :.....  | 57 |
| I.2.1   | Population entrepreneuriale par taille d'entreprise :.....  | 58 |
| I.2.2.  | La population entrepreneuriale par secteur d'activité : .....   | 58 |
| I.2.3   | La population entrepreneuriale par territoire (commune) : .....   | 61 |
| II.   | Section02 : L'accompagnement entrepreneurial dans la wilaya de Bejaïa .....                                       | 61 |
| II.1  | L'organisme d'appui au financement des investissements productifs, (ANDI) :.....                                  | 62 |
| II.1.1  | Pour missions : .....   | 62 |
| II.1.2  | . Composition du guichet unique décentralisé :.....   | 63 |
| II.2  | Les organismes d'appui au financement de l'emploi et à la création d'activité :.....                              | 63 |
| II.2.1  | La caisse nationale d'allocation chômage (CNAC) : .....   | 63 |
| II.2.2  | L'agence nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat, ANADE: .....                                 | 65 |
| II.2.3  | Agence national de gestion du micro crédit (ANGEM) :.....   | 66 |
| III.  | Section 3 : La relation entre l'entrepreneuriat et les organismes d'accompagnement dans la wilaya de Bejaïa. .... | 69 |
| III.1   | Méthodologie de l'enquête :.....  | 69 |
| III.1.1   | La taille de L'échantillonnage : .....  | 69 |
| III.1.2   | Objectif de l'enquête, confection du questionnaire et son mode d'administration : .....                           | 70 |
| III.1.3   | Le déroulement de l'enquête : .....   | 71 |

|   |     |
|---|-----|
| III.2. Présentation et interprétation des résultats de l'enquête :..... | 72  |
| Conclusion.....   | 87  |
| Conclusion Général .....  | 90  |
| Bibliographie .....   | 93  |
| Liste des tableaux .....  | 98  |
| Liste des figures.....  | 101 |
| Liste des abréviations .....  | 103 |
| ANNEXES .....   | 105 |

## **Résumé**

L'objectif de notre travail de recherche est de révéler la contribution des organismes d'accompagnement dans la promotion de l'activité entrepreneuriale. D'une manière générale, les responsables auxquels est assignée la mission d'accompagnement valorisent le rôle des organismes qu'ils gèrent. Par contre les entrepreneurs à qui destiné l'accompagnement révèlent de leur côté des manques et des défaillances de ces structures d'accompagnement. Pour éliminer cette contradiction et pour révéler la réalité sur le sujet en question, nous avons réalisé ce travail de recherche qui se base essentiellement sur une étude de terrain dont les enquêtés sont des entrepreneurs ayant démarré leurs activités entrepreneuriales à travers l'ANGEM. Il s'avère clairement, d'après les résultats de l'enquête, que la contribution de l'organisme en question participe fortement à la promotion de l'activité entrepreneuriale en matière de financement. Mais, en matière de formation, d'enseignements, de suivi et de démarches administratives cet organisme ne contribue pas du tout.

**Mots clés :** dispositifs publics, entrepreneuriat, entrepreneur, ANGEM, accompagnement entrepreneurial.

## **Abstract**

The objective of our research work is to reveal the contribution of support organizations in the promotion of entrepreneurial activity. In general, the managers to whom the support mission is assigned value the role of the organizations they manage. On the other hand, the entrepreneurs for whom the support is intended reveal on their side the shortcomings and failures of these support structures. To eliminate this contradiction and to reveal the reality on the subject in question, we carried out this research work which is essentially based on a field study whose respondents are entrepreneurs who started their entrepreneurial activities through ANGEM. It is clear from the results of the survey that the contribution of the organization in question strongly contributes to the promotion of entrepreneurial activity in terms of financing. But, in terms of training, teaching, monitoring and administrative procedures, this organization does not contribute at all.

**Keywords:** Supporting structures public, entrepreneurship, entrepreneur, ANGEM, entrepreneurial support