



جامعة بجاية
Tasdawit n Bgayet
Université de Béjaïa

Université Abderrahmane Mira Bejaia

Faculté des Sciences Humaines et Sociales

Département de Sociologie

Mémoire de fin de cycle

En vue de l'obtention du diplôme de Master en Sociologie

Option : Sociologie des Organisations et de Travail

Thème :

Processus de Création des Start-ups en Algérie.

**Cas des Start-uppers de la région du centre
d'Algérie**

Réalisé par :

OUAHCHI LAMIA

OUAISSA ABDELHAMID

Encadré par :

MR. HADERBACHE BACHIR

Session septembre 2023

Remerciements

Avant tout développement sur cette expérience professionnelle, il apparaît opportun de commencer ce mémoire de fin de cycle par des remerciements.

Nous remercions le tout puissant qui nous a permis d'achever ce travail.

Nous désirons exprimer notre profonde gratitude à Monsieur HADERBACHE Bachir, notre maître de ce mémoire qui a donné un plus à ce travail, qui nous a accompagné tout au long de cette expérience professionnelle, avec beaucoup de patience et de pédagogie, tous ses conseils, ses observations et écoute attentive ont été très précieuse.

Nous tenons également à remercier les entrepreneurs qui ont collaboré à ce travail en répondant soigneusement à nos questions.

Nous tenons également à remercier CHELLREM Mouad pour son soutien.

Nous tenons également à remercier Monsieur OUAJSSA Amrane, qui nous à états d'une aide précieuse.

Merci pour tout.

Dédicaces

Je dédie ce modeste travail à mes chers parents : ma mère qui m'a soutenu durant tout mon cursus scolaire. Mon père qui fait de son mieux pour nous assurer les meilleurs moyens.

- À mon très cher oncle Mouloud et sa femme Fatiha.*
- À mon cher binôme.*
- À ma grande sœur Yasmina.*
- Mima, Sonia, Hania, Fairouz.*
- À mon cher voisin et mon frère Abdelhak et sa femme Hanane.*
- À mes quatre frères Ali et Azouaou, Zidane, Amar.*
- À mes meilleures amies Kenza et Hayat, Hanina.*
- À toutes mes tantes et cousines qui sont chères à mes yeux.*
- À toute personne qui m'a aidé de près ou de loin.*

OUAHCHEI Lamia .

Dédicaces

Je dédie ce modeste travail, à mes très chers parents qui m'ont beaucoup soutenu et qui ont fait de leurs mieux tout au long de mon parcours scolaire.

- *À mes très chers frères Abderezak, Abdelghani, Arezki, Abdelalim, Fahim.*
- *À mes très chers amis.*
- *Je tiens vraiment à remercier mon binôme qui m'a soutenu énormément .*

OUASSA Abdelhamid .

Liste des abréviations

Abréviation	Signification
A.N.D.I	Agence National de l'Investissement.
A.N.D.P.M.E	Agence Nationale de Développement de la petite et moyenne entreprise.
A.N.G.E.M	Agence Nationale de Gestion de la microentreprise.
A.N.S.E.J	Agence National d'appui et de Développement de l'entrepreneuriat
B.D.A.R	La Banque de l'Agriculture et du Développement Rural.
B.E.A	Banque de l'Algérie.
B.N.A	Banque Extérieur d'Algérie.
C.N.A.S	Caisse Nationale D'Assurance sociale chômage.
C.N.E.P	Caisse Nationale D'épargne et de Prévoyance Banque.
EURL	L'entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée.
F.G.A.R	Fond de Garantie des Crédits à la Petite et Moyenne Entreprise.
F.I.N.A.L.E.P	Financière Algéro-européenne Spécialisé dans le capital d'investissement.
P.M.E	Petite et Moyenne Entreprise.
SARL	Société à Responsabilité Limitée.
SCA et SCS	Société en commandité par Action.
SNC	Société en Nom Collectif.
SPA	Société Par Action

Table des matières

Introduction générale	1
Chapitre I : le cadre méthodologique de la recherche	3
I.1.Les raisons du choix de notre thème :	3
I.2.Objectif de la recherche :	4
I.3.Problématique	4
I.4.Les hypothèses :	8
I.5.Définitions des concepts clés :	8
I.5.1. L'entrepreneuriat :	8
I.5.2. L'entrepreneur :	9
I.5.2.1. Les principales figures de l'entrepreneur :	9
I.5.2.2. La PME :	10
I.5.2.3. Les incubateurs :	11
I.5.2.4. Trajectoire :	13
I.5.2.5. L'innovation :	14
I.5.2.6. Entreprise innovante :	15
I.5.2.7. Porteur d'un projet :	15
I.5.2.8. Le porteur de projet réussit seul :	16

I.5.2.9. Le business plan :	16
I.5.2.10. Brevetée	17
I.5.2.11. Label :	18
I.5.2.12. Label « startup » :	18
I.6.La pré-enquête :	19
I.7.La méthode et la technique utilisées :	20
I.7.1. La méthode utilisée :	20
I.7.2. La technique utilisée :	20
I.8.Le choix de l'échantillon :	21
I.8.1. Le déroulement des entretiens :	21
I.9.L'analyse thématique :	22
I.10.Les difficultés rencontrées :	22
Chapitre II : Initiation à l'entrepreneuriat	24
II.1. Généralités et définitions de l'entrepreneuriat :	24
II.2. Le processus entrepreneurial :	25
II.2.1. La notion de l'entrepreneur :	25
II.2.2. Les caractéristiques de l'entrepreneur :	26
II.3. Les paradigmes de l'entrepreneuriat :	26
II.3.1. Le paradigme d'opportunité d'affaire :	26
II.3.2. Le paradigme de création de la valeur :	27

II.3.3. Le paradigme de l'innovation :	27
II.3.4. Le paradigme de création d'organisation :	28
II.4. Le projet entrepreneurial :	29
II.4.1. Les étapes d'un projet entrepreneurial :	29
II.4.1.1. La réflexion et la conception	29
II.4.1.2. L'élaboration :	30
II.4.1.3. La mise en œuvre :	30
II.5. Les avantages de l'entrepreneuriat :	30
II.6. Type de création d'entreprise :	31
II.6.1. La création d'entreprise « ex-nihilo » :	31
II.6.2. La reprise d'entreprise :	31
II.6.3. La réactivation d'entreprise	31
II.6.4. L'essaimage :	31
II.6.5. Entreprise en franchise :	32
II.7. Entrepreneuriat :	32
II.8. L'innovation	33
II.9. Création d'emplois :	34
II.10. Qu'est-ce que les start-up :	34
II.10.1.L'aperçu historique sur le développement des start-up :	34
II.11. L'écosystème start-up :	35

II.12. Les étapes de création de la start-up :	36
Étape 1 : trouver une idée de start-up	36
II.13. Les caractéristiques d'une start-up :	38
II.14. Les structures d'accompagnement des start-up :	39
II.15. Les incubateurs :	40
II.16. Les systèmes d'appui à la création d'entreprises :	41
II.17. Les appuis financiers :	41
II.17.1. Le conseil et la formation :	41
II.18. Les missions et les objectifs de l'incubation :	43
Conclusion du chapitre :	43
Chapitre III : l'entrepreneuriat et l'entreprise Algérienne	45
Préambule	45
III.1. Histoire de création de l'entreprise algérienne :	45
III.2. Les étapes de création de la PME :	45
III.2.1. La première période 1963-1982 :	46
III.2.2. La deuxième période 1982-1988 :	46
III.2.3. La troisième période depuis 1988 :	47
III.3. Évolution de la PME en Algérie :	48
III.4. Les caractéristiques de la PME Algérienne :	48
III.5. Les différents dispositifs d'aides dédiés au développement des PME :	49

III.5.1. La Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAS) :	49
III.5.2. Agence Nationale de Gestion du Microcrédit (ANGEM) :	50
III.5.3. L'Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI) :	50
III.5.4. L'Agence Nationale de Développement de la PME (ANDPME) :	50
III.5.5. Le fonds de Garantie des Crédits aux PME (FGAR) :	51
III.6. Les startups et développement économique en Algérie :	51
III.6.1. Tics :	51
III.6.2. Éducation :	51
III.6.3. Transport :	52
III.6.3. Santé :	52
III.7. Les start-up en Algérie :	52
III.7.1. Le plan d'affaire :	52
III.8. Structure d'appui à la création d'une start-up :	53
III.8.1. La maison de l'entrepreneuriat :	53
III.8.2. Les pépinières d'entreprises :	53
III.8.3. Les accélérateurs :	54
III.9. La différence entre un incubateur et un accélérateur d'entreprise :	54
III.10. Les outils de financement d'un projet :	55
III.10.1. Autofinancement :	55
III.10.2. Les aides et subventions de l'état :	55

III.10.3. Les prêts bancaires :	56
III.10.4. La prise de participation au capital :	56
III.10.5. Gain des concours :	57
III.10.6. Le financement participatif :	57
III.11. Les formes juridiques de création d'entreprises :	
III.11.1. Le statut juridique de la start-up :	57
III.11.1.1. Société au Nom Collectif (SNC) :	57
III.11.1.2. Société à Responsabilité Limitée (SARL) :	58
III.11.1.3. Société par Actions (SPA) :	58
III.11.1.4. SCS et la SCA :	58
III.12. Condition d'attribution du label start-up :	58
III.13. La durée et la validité du label start-up :	59
Chapitre IV : présentation des entreprises des entrepreneurs enquêtés et leurs parcours professionnels	61
IV.1. Présentation des entreprises et caractéristiques des entrepreneurs enquêtés :	61
IV .1.1. EURL « Piassa » :	61
IV.1.2. EURL « DG Machines » :	61
IV.1.3. EURL « Écochard » :	62
IV.1.4. EURL « Shedio design solutions » :	62
IV.1.5. EURL « dispositif d'irrigation de la chirurgie endoscopique » :	62
IV.1.6. EURL « Steam » :	62

IV.1.7. EURL « Tranfal » :	63
IV.1.8. EURL (réalité virtuel) :	63
IV.2. Caractéristiques socioprofessionnelles des entrepreneurs enquêtés :	63
IV.3. Niveau d’instruction des enquêtés :	65
IV.4. Profession des parents des entrepreneurs interrogés :	65
IV.5. Statut juridique des start-up :	66
Conclusion du chapitre :	68
Chapitre V : processus de la création et la gestion de l’entreprise	69
Préambule	69
V.1.La création d’entreprise par les entrepreneurs enquêtés :	69
V.1.1. Le processus de la création de l’entreprise :	69
V.1.2. Le moment du lancement	70
V.1.3. Business plan des entrepreneurs :	71
V.2.Les raisons qui ont motivés les entrepreneurs :	71
V.3Les formations nécessaires selon les entrepreneurs :	72
V.4.Les moyens financiers et matériels investis lors de création de la startup :	73
V.5.Les caractéristiques, le rôle, les objectifs, ainsi que les obstacles rencontrés par les entrepreneurs :	74
V.5.1. Les caractéristiques et le profil d’un entrepreneur selon les enquêtés :	74
V.6.Les obstacles rencontrés par entrepreneurs :	77
V.7.Le rôle des entrepreneurs au sein de l’entreprise :	78

V.8.Les journées et semaine type des entrepreneurs :	78
V.9.L'équipement matériel utilisé pour la fabrication du produit / l'offre du service :	79
V.10.La catégorie d'âge ciblé par le produit / service :	80
V.11.La stratégie adoptée pour la vente du produit :	80
V.11.1. Site de vente :	81
V.11.2. Site de communication :	81
V.12.La localisation :	82
V.13.Les conseils au futur entrepreneur :	82
V.14.Attitudes des entrepreneurs sur la création des start-up :	83
Conclusion du chapitre	84
Présentation des résultats de l'enquête	85
Conclusion Générale	86
LES ANNEXES	87
Guide d'entretien	87
Les caractéristiques individuelles des entrepreneurs	87
Les coordonnées de l'entreprise créée	87
1.Trajectoire socioprofessionnelle et les motivations des entrepreneurs	87
La liste bibliographique	89
Liste des ouvrages :	89
Revue et articles :	89

Liste des tableaux :

Tableau 1: Répartition de l'entrepreneur enquêtées selon l'âge	63
Tableau 2: Répartition des enquêtes selon le sexe	64
Tableau 3: Répartition des enquêtes selon leurs situations familiales	64
Tableau 4: Répartition des enquêtes selon l'année de création des entreprises	66
Tableau 5: Effectif des entreprises	67
Tableau 6: Répartition des entrepreneur interrogés selon l'expérience	67
Tableau 7: Répartition des entrepreneurs selon motivation	71
Tableau 8: le profil d'un entrepreneur selon les enquêtes	74
Tableau 9: les objectifs des entrepreneurs	76
Tableau 10: Obstacles rencontrés par entrepreneurs	77
Tableau 11: L'équipement matériel utilisés pour la fabrication du produit /l'offre du servisse	79
Tableau 12: les critères de recrutement des employés	81

Introduction générale

Introduction générale

Introduction générale

L'entrepreneuriat est un phénomène économique et social qui vise à faire développer les nations et qui nécessite une très grande importance pour changer l'économie traditionnelle.

L'Algérie a connu un changement profond depuis 1962, et après 20 ans de prédominance du secteur public en Algérie, sous la devise de « l'industrie industrialisant », l'état unique propriétaire et entrepreneur à accorder au secteur privé un rôle complémentaire en 1982 dans certaines activités, avec un niveau d'investissement très limité.

Autrement dit, dès les années 90, l'Algérie s'est donc penchée vers un autre environnement économique qui est l'économie libérale qui a pour mission principale la reconstitution de l'économie en essayant de créer de nouvelles entreprises.

L'Algérie s'est dirigée vers l'économie du marché qui offre la possibilité et l'opportunité de créer des entreprises, ce qui permet ainsi de créer de l'emploi et la lutte contre le chômage, c'est ce que on appelle l'entrepreneuriat car c'est un moteur majeur du développement économique et social, les résultats on les aperçoit dans la création d'entreprise et dans la création d'emplois, qu'on peut considérer comme étant un moyen permet d'améliorer la compétitivité d'un pays et des nations, la croissance économique et d'accroître les possibilité d'emploi dans les divers domaines. Les startups sont le noyau essentiel de l'innovation et du développement des domaines socio-économiques, des entreprises qui évoluent constamment.

Nous constatons, ces derniers temps, en Algérie, l'émergence de structures qui accueillent les entreprises et qui ont pris de l'ampleur dans la vie économique du pays. Ces structures ne sont que les incubateurs qui doivent avoir la capacité de s'inscrire dans la politique de développement durable. Les incubateurs de startup s'amplifient et visent à faire partie intégrante du secteur de création de business et d'emplois, afin d'encourager ce type d'entreprises les (start-up) à évoluer.

Afin de comprendre le phénomène des start-ups, notre étude porte sur la capacité d'apporter plus d'informations auprès des entrepreneurs des diverses wilayas de notre pays et ainsi la description de leurs profils. À cet effet, notre travail se divise en cinq chapitres :

Introduction générale

Le premier chapitre aborde sur le cadre méthodologique de la recherche : les raisons du choix du thème, l'objectif de notre recherche, la problématique, les hypothèses, la définition des concepts clés, la méthode et la technique utilisées pour le recueil d'informations et enfin l'analyse thématique.

Le deuxième chapitre traite de l'entrepreneuriat et le processus entrepreneurial : l'entrepreneur et ses caractéristiques, les paradigmes de l'entrepreneuriat, le projet entrepreneurial et ses différentes étapes, ses avantages, les types de création d'entreprise puis viennent les start-ups, les étapes de leur création, leurs caractéristiques, l'incubateur et ses périodes de développement.

Le troisième chapitre porte sur l'entrepreneuriat et l'entreprise algérienne.

Le quatrième chapitre concerne sur la présentation des entreprises des entrepreneurs enquêtés et leurs parcours professionnels.

Le cinquième et dernier chapitre, il porte sur le processus de la création et de la gestion de l'entreprise innovante : ce chapitre est réparti sur deux parties la première porte sur la création d'entreprises et la seconde sur la gestion de la start-up.

Notre travail s'achève par une conclusion, liste bibliographique et les annexes.

*Chapitre I : le cadre méthodologique de la
recherche*

Chapitre I : le cadre méthodologique de la recherche

Chapitre I : le cadre méthodologique de la recherche

Préambule :

Cette partie comporte le champ méthodologique qui cerne notre sujet de recherche que nous avons entamé afin d'expliquer les motivations du choix du thème et les objectifs de notre recherche. Nous nous sommes consacrés et intéressés à quelques études exploratoires antérieures que nous avons aussi utilisées comme référence théorique, nous avons aussi élaboré la problématisation du thème de recherche en formulant une question principale suivie de deux sous-questions auxquelles nous tenterons d'apporter des éléments de réponse provisoire.

Nous avons retenu quelques concepts que nous avons définis et qui ont un rôle important à notre thème de recherche.

I.1. Les raisons du choix de notre thème :

La spécialité « sociologie de l'organisation et de travail » nous a permis de nous intéresser aux différents phénomènes qui ont un impact direct ou indirect sur l'organisation et le travail à travers nos contacts et nos rencontres avec l'entreprise « ABP SPACE » au niveau de Bejaia (incubation des start-up), l'entreprise « PIASSA » au niveau d'Alger, l'entreprise « EURL DG Machines » au niveau de Bejaia afin de connaître l'intégralité et le cheminement du processus de création et le lancement des entrepreneurs comme étant un phénomène d'actualité sociale.

L'émergence du processus d'entrepreneuriat dans l'économie algérienne qui a touché tous les domaines démontre l'impact de l'entrepreneuriat sur la création des PME :

- Connaître l'aspect social des start-ups.
- Connaître la réalité de la nationalisation et la socialisation des start-ups, nous voulons connaître la réalité de l'incubation dans le domaine de l'entrepreneuriat de l'idée jusqu'à la réalisation du projet.
- Démontrer le lien entre l'entrepreneuriat et les start-ups.

Chapitre I : le cadre méthodologique de la recherche

- Comprendre les motivations de ses entrepreneurs et leurs objectifs.
- Tirer de nouvelles connaissances dans ce domaine qui est nouveau et apporter de nouvelles informations et connaissances sur les startups ; la passion et la curiosité que nous apporte ce phénomène startup.

I.2.Objectif de la recherche :

Tout d'abord initier à la réalisation des tâches d'un sociologue de l'organisation du travail, sur le terrain (au cours de la pré-enquête et de l'enquête) ;

L'objectif principal de notre recherche consiste à décrire et comprendre le processus de création des start-up en Algérie et faire connaître ces nouveaux entrepreneurs à travers leurs caractéristiques socioprofessionnelles.

Il s'agit aussi de faire connaître les principaux obstacles que rencontrent ces entrepreneurs lors du processus de création de leurs start-up.

I.3.Problématique

L'entrepreneuriat a un rôle majeur dans le développement des nations, il constitue l'un des outils de renouvellement du tissu économique, car il représente le nouveau noyau de la création et développement de l'activité et favorise également la création de l'emploi pour stimuler la croissance économique. C'est aussi un facteur essentiel dans la lutte contre le chômage et l'une des perspectives de l'implication d'acteurs dans de nouvelles activités économiques.

L'entrepreneuriat est considéré comme étant un facteur capital pour atteindre une économie plus compétitive, il sous-entend l'action de la création de nouvelles richesses mondiales, à travers la création d'entreprise. (ziane , hammache, 2012, p2).Donc il est représenté comme étant la nouvelle échelle des pays pour arriver à développer leurs économies, car le dynamisme entrepreneurial favorise la création de nouvelles entreprises. L'essence de l'entrepreneuriat se situe dans la perception et l'exploitation de nouvelles opportunités dans le domaine de l'entreprise. Aujourd'hui, on doit admettre que

Chapitre I : le cadre méthodologique de la recherche

l'entrepreneuriat a pu résoudre de nombreux problèmes des nations sur le plan de la création de l'activité et des nouveaux postes d'emplois. L'activité entrepreneuriale a eu des répercussions dans le secteur de la santé, l'éducation, marketing, finance, gestion etc.

Tout cela est dû à la bonne perception des nations occidentales pour faire sortir leurs pays de l'économie traditionnelle. En effet, l'entrepreneuriat valorise l'innovation qui est un moteur essentiel de la vitalité économique surtout dans les petites et moyennes entreprises. L'économiste autrichien « Joseph Schumpeter » à associé nettement l'innovation à l'entrepreneuriat, et à évoquer la force du processus de « destruction créatrice » qui caractérise l'innovation. D'après lui, les entrepreneurs constituent le moteur de ce processus en repérant les opportunités du marché, développant ainsi les technologies et les concepts qui donneront naissance à de nouvelles activités économiques. En mettant en évidence le rôle de l'entrepreneur. **(CHEKROUN, 2021, p5)**. On peut dire ainsi que les entrepreneurs sont les porteurs d'opportunités qui visent à faire apparaître de nouvelles richesses.

Les petites et moyennes entreprises (PME) sont de plus en plus considérées comme le cœur de l'économie surtout après le grand échec des politiques basées sur la grande entreprise. **(KARA , Akinine, 2022, p2)**.

L'importance des PME est apparue après la grande crise économique qu'a subie notre pays, pour arriver à sortir de ses conséquences graves sur l'activité économique afin de reconstituer notre échelle de développement.

En effet, les petites et moyennes entreprises ont acquis une place prépondérante dans les politiques économiques surtout depuis la fin des années 80, car les critères dont elles disposent comme la réactivité, la flexibilité, et ainsi leurs capitaux contribuent au développement, à la création de l'emploi et à la réduction du chômage.

Les PME sont les moteurs de la croissance et de la création d'emplois au niveau local mais elles contribuent aussi, à relever les défis prioritaires notamment en ce qui concerne le développement durable et la prestation des services publics. **(KARA, AKININE, 2022, P2)**.

Donc on comprend que les PME ont un rôle majeur dans la contribution pour la création d'emplois.

En Algérie, la politique économique de substitution aux importations mise en œuvre dans les années 70, se caractérise par des investissements de l'état dans de grandes entreprises

Chapitre I : le cadre méthodologique de la recherche

dans l'industrie pétrolière. En Algérie, l'industrie est entrée en crise à partir des années 80 qui a coïncidé avec la baisse des cours du pétrole mais depuis les années 90, les réformes économiques se sont succédé pour sortir de la crise. (KARA, AKININE,2022, P2).

L'état a ouvert les portes à l'investissement privé par, la mise en place des réformes économiques libérales pour stimuler et encourager le secteur privé dans le contexte d'un ajustement majeur et structurel.

L'état a mis en place plusieurs réformes et des politiques d'aides à la création de nouvelles entreprises et d'accompagnement des nouveaux entrepreneurs tout au long de leurs parcours pour atteindre leur but, ce qui a contribué à l'augmentation du nombre des petites et moyennes entreprises d'après les statistiques à la fin du 1er semestre 2021, car les secteurs où la création d'entreprise a été plus forte est le secteur des services avec 51%.

https://www.industrie.gov.dz/img/pdf/bulletin_pme_no_39.pdf

Partant de là, plusieurs pays encouragent en initiant les jeunes à la création et à l'innovation comme une voie stratégique prometteuse pour doper de manière permanente le tissu entrepreneurial.

L'Algérie n'est pas en reste. Des politiques d'accompagnement et d'appui à la création d'entreprises et un écosystème favorable à l'innovation ont été mis en place pour accompagner les porteurs de projets innovants. (Ziane,hammache,2012,p2). Elle s'est engagée dans une nouvelle politique en faveur de l'innovation et de l'entrepreneuriat innovante, qu'on appellerait les start-up, qui représentent des entreprises à caractère innovant qui se traduirait par des applications d'outils des services même des produits qui ont pour objectifs d'améliorer et rendre le quotidien plus facile. Depuis le début de l'année 2021, sur 3 516 demandes, 751 entreprises algériennes ont été labellisées. (<https://www.jeuneafrique.com/1324997/economie/algerie-plus-de-750-start-up-labellisees/>)

C'est ainsi que la mise en place des différents dispositifs en faveurs de la création et de l'innovation parmi l'incubateur et les pépinières d'entreprises technologiques et innovante, est devenue un des moyens privilégiés pour soutenir les promoteurs et porteurs de ces projets innovants, de l'idée jusqu'à la réalisation et la concrétisation de leurs projets. (ZIANE, HAMMACHE,2012, P2). Ce soutien qui se traduit par l'accompagnement avec ses diverses interventions et ses offres, qui

Chapitre I : le cadre méthodologique de la recherche

éveillent chez le porteur de projet des idées et qualités uniques qui se manifestent et font émerger son talent et ses compétences qui le mène vers le succès.

L'intelligence individuelle, promoteur de la créativité, recherche et valorise par tous les moyens disponibles, à commencer par la promotion de l'excellence à tous les niveaux. (CHEKROUN, 2021, p6).

Elle veut rénover dans les systèmes d'éducation, de la formation et de recherche, Ses propriétaires de start-up sont des diplômés dans divers domaines informatique, technologie, mécanique, médecine, sciences de la nature et de la vie.

Ses porteurs de projet issus dans les divers domaines venant avec des idées uniques ou bien des idées existantes apportent un changement ou bien une solution a un problème qui entrave le quotidien, en passant par un enchaînement des procédures et étapes importantes qui les conduisent vers la concrétisation de leurs projets tel que l'incubateur les fonds d'aides, le brevet et le label.

L'entrepreneur a retenu l'attention des chercheurs, chaque année des millions de personnes créent des entreprises à travers l'Algérie. Nous nous sommes donc intéressés aux Start-uppeurs qui ont réussi à lancer leurs entreprises à travers les différentes wilaya, (Skikda, Alger, Bejaia, Sétif), qui se manifestent dans les divers domaines tels que l'industrie, de la technologie, la médecine, l'éducation, le transport.

Vu le caractère original et univoque du phénomène de la création des start-up et leur accompagnement, naît l'intérêt de mener une recherche empirique auprès des porteurs de projets innovants bénéficiaires de l'accompagnement des structures d'accompagnement entrepreneurial et qui disposant de label start-up, on essayant d'apporter un éclairage sur la trajectoire des entrepreneurs algériens, ainsi que les raisons pour lesquelles ils ont opté à la création d'entreprise et aux obstacles auxquels ils ont fait face .

Notre problématique s'articule autour des trois questions spécifiques suivantes :

- Qui sont ces créateurs de start-up ! Et leur trajectoire et leurs expériences ?
- Quelles sont leurs motivations ?
- Quels sont les obstacles qui entravent ces entrepreneurs de concrétiser leurs projets sur le terrain ?

Chapitre I : le cadre méthodologique de la recherche

I.4. Les hypothèses :

Tout d'abord, elles constituent une série de réponses proposées ou bien provisoires qui sont en rapport avec les questions soulevées dans le problème.

La première hypothèse :

- Les incubateurs ont pour mission la factorisation de l'émergence et la concrétisation de projets de création d'entreprises innovantes valorisant les compétences

La deuxième hypothèse :

- L'influence du brevet sur la création des start-up et sur leurs trajectoires

La troisième hypothèse :

- Le label joue un rôle juridique indispensable dans la création et l'identification et la crédibilité des entreprises innovantes.

L'entrepreneuriat constitue un phénomène à multiples facettes qui paraît indispensable à la création d'une dynamique : l'entrepreneur est l'agent économique dans un contexte d'incertitude qui prend le risque.

I.5. Définitions des concepts clés :

De ce qui suit, nous allons définir des concepts clés qui sont en relation avec notre thème :

I.5.1. L'entrepreneuriat :

L'entrepreneuriat : « est une dynamique de création et d'exploitation d'une opportunité d'affaire par un ou plusieurs individus via la création de nouvelles organisations à des fins de création de valeur ». (IMANSOUREN, 2021, p4). Cela veut dire que l'entrepreneuriat constitue un processus d'exploitation d'une opportunité par des individus pour la création de nouvelles entreprises pour réaliser des profils. (IMANSOUREN, 2021, P4) L'entrepreneuriat entraîne beaucoup de changements dans les marchés et les secteurs de l'économie parce que de nouveaux

Chapitre I : le cadre méthodologique de la recherche

produits arrivent pour remplacer les anciens . (Schumpeter, 1974). **(IMANSOUREN, 2021, P4)**.

Comme l'indique Thierry Verstraet, « l'entrepreneuriat est un phénomène combinant un individu et une organisation. **(IMANSOUREN,2021, P4)**, donc on distingue que l'entrepreneuriat consiste à porter de la nouveauté sur le plan économique pour aider la société à partir de l'avant.

I.5.2. L'entrepreneur :

L'entrepreneur est au cœur du phénomène entrepreneurial par sa volonté d'entreprendre et sa capacité d'imaginer, réaliser et développer un projet. L'entrepreneur est un acteur, le moteur de l'innovation et la création joue un rôle irremplaçable dans l'économie et la société.

D'après Schumpeter (1928), l'entrepreneur participe de façon très importante au développement économique. Ainsi le rôle de l'entrepreneur consiste à réformer ou révolutionner la routine de la production en exploitant une invention ou plus généralement une possibilité technique. **(wetterwugh,1988, p,43)**. Cela veut dire que l'entrepreneur c'est l'individu avec de multiples ambitions pour innover.

D'après Cantillon (1755) et Say (1803) l'entrepreneur est un preneur de risque puisqu'il investit son argent. Cantillon précise que l'entrepreneur achète une matière première à un prix certain pour la transformer et la revendre à un prix incertain, c'est quelqu'un qui saisit les opportunités et en tire profit.

I.5.2.1. Les principales figures de l'entrepreneur :

L'entrepreneur est un coordinateur : d'après J, B, Say l'entrepreneur coordonne des ressources qu'il se procure pour produire des biens, c'est-à-dire que l'entrepreneur coordonne le savoir et les connaissances du savant et le facteur travail produit par les travailleurs aboutit au processus de production. **(BERREZIGA, P14)**.

Chapitre I : le cadre méthodologique de la recherche

D'après Coster, m, l'entrepreneur a une capacité à prendre des décisions dans l'incertitude du résultat final.

On déduit que l'entrepreneur est la personne qui tranche en prenant toutes les décisions aux moments opportuns pour achever son projet et atteindre évidemment son but.

Selon Cantillon, l'entrepreneur supporte les risques liés aux contraintes du marché et aux fluctuations des prix, car il effectue des achats à prix certains mais ses ventes sont incertaines. **(BERREZIGA, P14)**, donc l'entrepreneur prend tous les risques pour réaliser son projet.

L'entrepreneur est un organisateur : autrement dit un créateur d'une structure dans le but de produire des biens et services. **(BERREZIGA, P15)**.

Il se caractérise par sa créativité et par son état d'esprit innovateur, créateur de valeurs, un opportuniste pragmatique.

On constate que l'entrepreneur est un individu qui se distingue par son potentiel de prise de risques, c'est un coordinateur des ressources qui visent des finalités.

I.5.2.2. La PME :

La Confédération Générale des Petites et Moyennes Entreprises (CGPME) définit la PME comme « l'entreprise dans laquelle le chef d'entreprise assure personnellement et directement les responsabilités financière technique et morale quelles que soient sa forme juridique ». **(DECHERA, 2014, P 14)**. Donc on comprend que la PME c'est l'organisation dans laquelle son gérant assume toutes les responsabilités et tâches quelle que soit sa forme juridique.

Pour Bressay G, C Konkuyt, « les PME sont des entreprises dont l'effectif est inférieur à 50. Elles englobent les très petites entreprises (moins de 10 salariés), les petites entreprises (10 à 49 salariés) et les moyennes entreprises (50 à 449). Ainsi que les micro- entreprises de moins de 1 salarié. **(DECHERA, 2014, P15)**. Cela veut dire que les PME se caractérisent par leurs critères d'avoir le strict minimum de salariés

Chapitre I : le cadre méthodologique de la recherche

En effet les PME ne se caractérisent par aucune définition unique. La définition statistique de la PME varie d'un pays à un autre. On tient généralement compte de la valeur du chiffre d'affaires et/ou de la valeur des actifs ou du nombre d'employés. Un grand nombre de pays membres de l'organisation de Coopération et de Développement Économique (L'OCDE) prennent en considération la deuxième variable à savoir l'effectif. Ils le fixent à 200 ou 250 personnes, à l'exception du Japon qui a adopté une autre barre (300 salariés) et les Etats-Unis (500 salariés). **(Merzouk,2009, p2).**

À ce stade les PME sont définies en fonction de certains critères comme les différents secteurs, le nombre de travailleurs employés / salariés, le volume de la production ou des ventes, la valeur des actifs employés et l'utilisation de l'énergie. De plus, elles peuvent être basées sur l'histoire et la situation économique d'une nation qui diffère d'un pays à un autre. **(MERZOUK,2009,p2).**

I.5.2.3. Les incubateurs :

L'incubateur est défini comme une structure accueillant et accompagnante des entreprises en voie de création. L'incubateur regroupe les différents dispositifs d'accompagnement de projets d'innovations, cela veut dire que l'incubateur est un dispositif qui accompagne les entreprises en voie de création en leur apportant tous les moyens nécessaires pour l'accomplissement de projet innovant.

En Algérie la mise en place des structures d'accompagnement des entreprises innovantes est régie par la loi n° 01-18 du 12 décembre 2001 (article 12) portant création des établissements chargés d'aider les PME dénommée « pépinière d'entreprise ».

En décembre 2009, un incubateur a été créé au Cyber Parc de Sidi Abdallah, dans la wilaya d'Alger, placé sous la tutelle de l'agence national de promotion et de développement des parcs technologiques, cet incubateur est spécialement dédié aux start-up et offre aux entrepreneurs innovant l'opportunité de démarrer leurs projets dans un environnement dynamique, les orienter vers l'innovation. **(BOUTELLA, Bendebiche,2018, p 15).** L'incubateur a vu le jour avec la loi du 12 décembre 2001, c'est une organisation qui a pour objet l'accompagnement des porteurs de projets en leur donnant l'occasion de lancer leurs projets dans un environnement stable prometteur. Portant sur trois étapes :

Chapitre I : le cadre méthodologique de la recherche

La pré-incubation : cette étape, l'évaluation de l'innovation, le plan d'affaires, l'élaboration et la modélisation de l'entreprise et la formation.

L'incubation : cette étape consiste accéder au financement, l'encadrement, l'hébergement, la commercialisation et le développement des activités de pointe.

La post-incubation : elle concerne le diagnostic de l'innovation, le soutien de la technologie, la commercialisation et le développement des affaires. **(DJELTI, BOUCHAMA, KOURBALI, P5)**

Les incubateurs interviennent avant la création de l'entreprise proprement dite sous plusieurs formes comme le coaching individualisé, la formation. Les différentes missions de l'incubateur se résume ainsi :

- Apporter un réseau rationnel ;
- Permettre de gagner du temps ;
- Apporter des conseils dans différents domaines, assurer une formation entrepreneuriale, management, marketing, comptabilité et droits des affaires ; etc.

(DJELTI,BOUCHAMA, KOURBALI, P5).

Les startups :

Le terme « startup » a été introduit dans les années 1970 par des journalistes de la presse économique (Forbes, business week) pour désigner des entreprises fondées sur des innovations techniques dans le domaine de l'électronique. Il est ensuite passé dans le langage courant pour désigner des entreprises créées sur la base d'innovations.

L'absence d'un consensus auteur d'un concept start-up nous pousse à donner les définitions suivantes : Larousse, la définit comme « une jeune entreprise innovante, dans le secteur des nouvelles technologies ». C'est une idée innovante qui attend d'être mise sur le terrain. Selon Éric Ries « une start-up est une institution humaine avec la mission de livrer un nouveau produit ou service dans des conditions d'incertitudes extrêmes », c'est une nouvelle

Chapitre I : le cadre méthodologique de la recherche

forme d'entreprise qui a pour objet l'offre de nouveaux services ou bien de produits dans des circonstances inconnues ; dans son livre Lean Startup (adoptez l'innovation continue), il utilise start-up Lean » qui est une nouvelle approche qui se distingue du management traditionnel. D'après lui, il faut changer la façon dont les start-up se développent et elle dont les projets sont menés. Cette approche s'intéresse à deux leviers de croissance : les capitaux et la créativité humaine. Elle s'appuie sur l'apprentissage validée sur un certain nombre de pratiques contre-intuitives qui permettent de raccourcir les cycles de développement du produit, de mesurer les progrès et de savoir ce que les clients désirent. La start-up est fondée sur deux piliers essentiels : les fonds et la créativité humaine qui permettent le développement et la satisfaction du client. **(DJELTI, BOUCHAMA, KOURBALI, P6).**

D'après Steve Blank, « une start-up est une organisation temporaire à la recherche d'un business model industrialisable rentable, permettant la croissance ». **(D JELTI, BOUCHAMA, KOURBALI, P6).** C'est une entreprise temporaire qui est à la recherche d'un plan d'affaire rentable qui permet le développement.

Dans leurs ouvrages « le manuel de créations des start-up », les deux auteurs Steve Blank et Pedro Bados montrent aux lecteurs que ce livre constitue une véritable boîte à outils aux entrepreneurs, car il donne des conseils pratiques fiables et profitables. **(DJELTI, BOUCHAMA, KOURBALI,P6).**

I.5.2.4. Trajectoire :

La trajectoire est définie ainsi sur le plan social : parcours d'un individu de sa classe d'origine à une classe sociale d'arrivée. Le parcours s'effectue à travers les différents passages par les institutions de la reproduction (telles que la famille, l'école) et la production (comme le milieu professionnel). Ainsi qu'individuelle : peut-être professionnelle, scolaire, familiale, culturelle, juridique...etc.

Dans notre travail, nous appellerons la trajectoire des entrepreneurs innovants, le parcours socioprofessionnel de ces entrepreneurs qui précède le lancement du projet, en regroupant le niveau d'instruction les difficultés rencontrées avant la création, parcours qui a un impact direct ou indirect sur l'orientation de l'entrepreneur vers l'activité entrepreneuriale et sur le type d'activité choisie.

Chapitre I : le cadre méthodologique de la recherche

I.5.2.5. L'innovation :

Le terme innovation est particulièrement utilisé dans notre société. Innover est défini dans la littérature comme l'action d'introduire dans une chose établie quelque chose de nouveau ; cette définition présente l'innovation comme une nouveauté qui remplace l'existant.

Cela veut dire qu'innover c'est apporter de nouvelles modifications à quelque chose d'ancien. **CHAUVET, 2011, p10).**

Innover, c'est réussir le pari de lancer quelque chose de nouveau sur le marché, une source d'énergie, une matière première, un produit ou un service, un mode d'organisation ou un procédé. L'innovation peut correspondre à l'introduction, dans le processus de production ou de vente d'un produit, d'un équipement. Elle se traduit alors par un résultat. **(CHAUVET,2011, p10).**

Et peut aussi désigner un processus qui se déroule depuis la naissance d'une idée jusqu'à sa matérialisation (lancement d'un produit), en passant par l'étude du marché, le développement du prototype et premières étapes de la production. **(Chauvet,2011, p10).**

Arnaud Groff définit l'innovation comme « la capacité à créer de la valeur en apportant quelque chose de nouveau dans le domaine considéré, tout en s'assurant que l'appropriation de cette nouveauté se fait de manière optimale. **(CHAUVET,2011, p10).**

L'innovation repose sur trois piliers essentiels :

La créativité : il s'agit de la capacité à générer quelque chose de nouveau face à une situation donnée, être créatif, c'est trouver une solution nouvelle à un problème posé.

La valeur : elle est au cœur de l'innovation. En effet, créer de la valeur est la raison d'être de toute démarche d'innovation.

Chapitre I : le cadre méthodologique de la recherche

La socialisation qui constitue une condition nécessaire, car l'innovation n'existe que si la cible visée par cette nouveauté l'accepte et se l'approprie, on appelle cela la socialisation.

Cette notion d'innovation remonte à Joseph Schumpeter, qui avait répertorié cinq formes d'innovation : la fabrication de biens nouveaux, de nouvelles méthodes de production, l'ouverture d'un nouveau débouché, l'utilisation de nouvelles matières premières et la réalisation d'une nouvelle organisation du travail.

(CHAUVET,2011, P11).

I.5.2.6. Entreprise innovante :

Une entreprise innovante est une entreprise qui innove au sens large c'est-à-dire une entreprise qui développe un nouveau produit ou logiciel, autrement dit une société concevant un produit qui, par rapport à la concurrence, apporte un élément de nouveauté en terme technique, de performances, de fonctionnalité, d'ergonomie d'écoconception, on parle alors d'innovation de produit (www.self-and-innov.fr).

Une entreprise est qualifiée de jeune entreprise innovante lorsqu'elle se concentre sur la création d'innovations, technologiques afin d'apporter une plus-value sur un marché existant, de créer de nouveaux marchés et de proposer des solutions.

I.5.2.7. Porteur d'un projet :

Attitudes être porteur de projet, c'est se lancer dans la création, le développement ou la reprise d'un business. En créant son emploi, l'entrepreneur s'intègre dans une économie à l'aide d'une proposition de produits ou services. (<https://www.lancetonidee.com/profil-entrepreneur/>).

L'entrepreneur innovant met tout en œuvre pour pouvoir saisir les opportunités pour proposer ses services ou bien ses produits.

Selon le modèle Shapero (1975), le créateur d'entreprise se définit selon quatre variables :

Chapitre I : le cadre méthodologique de la recherche

- Psychologique : cette variable détermine la capacité de l'entrepreneur à passer à l'action et se construit autour de ses motivations.
- De situation : il s'agit des éléments qui constituent le contexte de l'entrepreneur. Tant d'un point de vue positif (rencontre d'un réseau fort, découverte d'un nouveau produit) que négatif (situation financière instable, déménagement forcé, etc.)
- Sociologique : le porteur de projet va être influencé par la culture entrepreneuriale qu'il a connue au cours de sa vie. La famille, la condition sociale, ses parcours professionnels vont ainsi avoir un impact.
- Économique : relative à la faisabilité de l'acte, cette variable comprend l'ensemble des ressources auxquelles va avoir accès l'entrepreneur. (<https://www.lancetonidee.com/profilentrepreneur/>).

À ces variables, Belley rajoute, en 1989, la notion d'opportunité. Le créateur des entreprises de demain se forge alors autour de la combinaison de ces facteurs psychologiques, de situation, de faisabilité, de crédibilité et d'opportunités. (<https://www.lancetonidee.com/profil-entrepreneur/>).

I.5.2.8. Le porteur de projet réussit seul :

Personne n'est doté de toutes les qualités. Il est nécessaire de chercher la complémentarité pour porter un projet que ce soit à travers des associés ou des partenaires et un accompagnement.

I.5.2.9. Le business plan :

Il se traduit le plus fréquemment par l'expression « modèle économique ». Bien que d'autres traductions avaient proposées. (Par exemple Benavent et Verstraete (2000) proposent de retenir « équation économique »). C'est une notion à qui échoit un statut particulier dans le champ de la stratégie. Alors qu'elle est largement mobilisée par les dirigeants ou les consultants, qu'elle est mise en avant dans les business plans et les sites internet des entreprises. Les chercheurs en stratégie ne s'y sont pas intéressés. Seuls quelques articles académiques tentent d'en préciser les contours (TIMMERS, HEDMAN, KALLING , AMIT, ZOTT), le plus souvent dans le seul contexte de e- business. (WARNIER, LECOCQ, 2004, P 3).

Chapitre I : le cadre méthodologique de la recherche

On constate que le plan d'affaires c'est la stratégie qu'utilisent les dirigeants des entreprises pour assurer leurs développements.

Le business model est défini comme un choix qu'une entreprise effectue pour générer des revenus.

I.5.2.10. Brevetée

Le droit de propriété bénéficie d'une protection particulière. Puisqu'il est inscrit dans la déclaration des droits de l'homme, qui a valeur constitutionnelle. La propriété étant un droit inviolable et sacrée, nul ne peut en être privé, si ce n'est lorsque la nécessité publique, légalement constatée, l'exige évidemment et sous la condition d'une juste et préalable indemnité. Les inventions et autres créations ne dérogent pas à cette protection que l'on retrouve sous la notion juridique de droit de la propriété intellectuelle. La propriété intellectuelle concerne aussi bien les inventions, les logiciels que les créations artistiques. Toutes sont ainsi protégées par un droit exclusif, conférant à leur titulaire le pouvoir d'en contrôler l'accès, l'usage et l'exploitation. **(CHAUVET, 2011, P20).**

La breveté c'est avoir le droit de protéger son idée ou bien sa création par tous les moyens accordés par la législation. C'est un outil juridique. Le brevet d'invention représente un acte de propriété par lequel une entreprise ou un particulier à la possibilité de jouir de droit de l'exploitation exclusive (unique) de son innovation et d'interdire à autrui d'exploiter les gains.

Le brevet d'invention c'est un dispositif de protection juridique, il consiste à accorder sous certaines conditions un monopole légal d'exploitation de l'innovation à son auteur.

Le détenteur de brevet aura alors seul le droit d'exploiter son invention et pourra donc inclure dans le prix de vente les coûts de recherche ou d'exiger une rémunération de la part d'autres utilisateurs.

Le brevet est aussi un vecteur de la diffusion de l'innovation, plus exactement de diffusion du contenu technique des innovations. La légalisation impose à l'inventeur de fournir un descriptif technique de l'innovation, suffisamment précis pour permettre à un homme du métier de la produire. L'examen d'un brevet ou d'un ensemble de

Chapitre I : le cadre méthodologique de la recherche

brevets permet à une entreprise de prendre connaissance de l'état de la technique dans un domaine particulier, le brevet est également un facteur d'accélération du progrès. (GUELLEC, KABLA, 1994, P85).

La propriété industrielle peut prendre différentes formes selon les cas :

- Les brevets d'invention concernent les inventions techniques nouvelles.
- Les marques représentent un signe distinctif qui, apposé sur un produit ou accompagnant un service permet de l'identifier et de le distinguer des produits/services concurrents.
- Les dessins ou modèles concernent les objets qui se distinguent de leur similaire par une forme, une configuration ou un effet extérieur leur conférant une physionomie propre et nouvelle. Il bénéficie d'un cumul de protection entre la propriété industrielle et la propriété littéraire et artistique.
- Les appellations d'origine sont un droit de propriété industrielle qui s'acquiert par l'usage de la dénomination d'un pays, d'une région, ou d'une localité, servant les caractères dus au milieu géographique (facteurs naturels et facteurs humains). (CHAUVET, 2011, p22).

On peut dire donc que le brevet est un moyen qui permet de protéger une innovation, une marque à l'échelle nationale ou internationale.

I.5.2.11. Label :

Un label est une marque collective qui se matérialise par des signes distinctifs (nom, logo,) et qui peut être utilisée par les différentes marques se conformant au cahier des charges du label. Il vise à assurer et faciliter la reconnaissance de certaines caractéristiques du produit. Le label peut être "privé" et géré de manière autonome par des associations de producteurs ou dépendre d'un organisme public. (www.définitions <http://www.definitions-marketing.com/definition/label/marketing.com/definition/label/>).

Chapitre I : le cadre méthodologique de la recherche

I.5.2.12. Label « startup » :

Un label est un élément d'identification qui différencie une entreprise, un produit ou bien un service d'un autre ; L'existence d'un label vient garantir certains aspects d'un produit ou service. La plupart du temps, il prend la forme d'un logo ou d'une étiquette apposé sur le produit ou bien sur le site de l'entreprise.

(<https://www.label-emplitude.fr/articles/28793/label>)

Est considéré comme startup, chaque société de droit algérien respectant les critères suivants :

- La société ne doit pas exister depuis 8 ans.
- Le modèle d'affaires de la société doit s'appuyer sur des produits, des services, le business modèle
- Le chiffre d'affaire annuel ne doit pas dépasser le montant fixé par le comité national.
- Le capital social doit être détenu à moins de 50 pour cent par des personnes physiques, des fonds d'investissement agréés ou par d'autres sociétés disposant du label startup.
- Le potentiel de croissance de la société doit être suffisamment consistant.
- La société ne doit pas avoir plus de 250 employés.

Le label startup est octroyé à la société pour une durée de 4 ans, renouvelable une fois, label projets innovants.

Toute personne physique ou groupe de personnes physiques peut prétendre au label du projet innovant pour tout projet se rapportant à l'innovation pour une durée de 2 ans.

([Http : // www.labelempitude.fr/articles/28793/label](http://www.labelempitude.fr/articles/28793/label)).

Renouvelable deux fois. Depuis le début de l'année 2022, sur 3516 demandes, 751 entreprises algériennes ont été labellisées start-up ce qui représente 21,35 pour cent, selon Nouredine Ouaddah. (SONGNE, MAUREEN, 2022).

Chapitre I : le cadre méthodologique de la recherche

I.6. La pré-enquête :

Notre pré-enquête s'est déroulée entre le début du mois de février et la fin du mois de mars 2022 pour :

- Découvrir notre terrain de recherche et la nature de notre population.
- Cerner notre population d'enquête qui s'agit d'entrepreneurs de start-up ou bien de porteurs de projets innovants qui ont eu le label start-up que nous avons sollicités pour avoir leurs accords afin de contribuer à notre enquête.

Durant notre pré-enquête, nous avons réalisé deux entretiens exploratoires avec deux entrepreneurs, ce qui nous a permis de préciser notre thème ainsi que notre problématique, les hypothèses, la méthode et la technique qui conviennent à notre recherche.

I.7. La méthode et la technique utilisées :

La méthode constitue un élément important auquel le chercheur doit prêter une attention particulière. Afin de bien mener notre collecte d'informations sur notre terrain d'étude, nous avons opté pour une méthode et technique qui conviennent à la nature de notre thème tout en respectant les normes méthodologiques.

I.7.1. La méthode utilisée :

La nature de notre thème nous impose à choisir la méthode qualitative son objectif descriptif de situation, constitue ainsi un outil de codage précisément pour comprendre le déroulement du processus de création des start-up en Algérie. Dans ce type de recherche, il est difficile d'utiliser la méthode quantitative, car nous ne disposons pas d'une liste des entrepreneurs et start-uppers algériens pour les initier à collaborer à notre recherche.

I.7.2. La technique utilisée :

Afin de pouvoir rassembler les informations relatives à notre thème et chercher à tester nos hypothèses, nous avons utilisé la technique de l'entretien à base de la taille de notre

Chapitre I : le cadre méthodologique de la recherche

échantillon, avoir le maximum d'informations plus spécifiques et plus approfondies et aussi parce qu'elle est la plus adéquate à notre sujet.

L'entretien est parmi les diverses formes possibles de collectes d'informations orales. La sociologie accorde une importance particulière à l'entretien semi-directif qui nous a permis de mieux communiquer avec les enquêtés dans le but de récolter le plus d'informations ce qu'il nous a permis d'établir un rapport et une interactivité avec les enquêtés pour les mettre en situation de confort qui leur donne aussi une liberté d'expression dont l'objectif est de comprendre les réponses obtenues.

Dans ce cadre notre guide d'entretien semi-directif contient les principaux thèmes comme :

- **Axe n° 01** : consacré à l'identification de l'entrepreneur propriétaire de la start-up en Algérie à savoir ; l'âge, niveau d'instruction, la profession des parents, celle de l'épouse et les entrepreneurs qui ont déjà travaillé avant de créer leurs entreprises.
- **Axe n° 02** : consacré à la présentation de l'entreprise, l'année de création, à ses activités, son statut juridique et le nombre de salariés.
- **Axe n° 03** : consacré aux motivations des entrepreneurs des start-up et leurs idées de création et au processus de création de l'entreprise.
- **Axe n° 04** : consacré à la gestion de l'entreprise (rôle, équipements, locale stratégie et les obstacles rencontrés).

I.8. Le choix de l'échantillon :

En l'absence d'une liste exhaustive ou approximative des entrepreneurs (Start-upper) de nombreuses wilayas d'Algérie (Skikda, Alger, Bejaia, Sétif, Constantine) et le manque d'informations personnelles sur ces entrepreneurs, nous avons opté pour l'échantillon boule de neige : dont chaque fois qu'on rencontre un entrepreneur, on lui demande s'il peut nous mettre en contact avec d'autres entrepreneurs grâce à ces derniers et aux réseaux sociaux nous avons procédé à avoir une population

Chapitre I : le cadre méthodologique de la recherche

d'enquête de 08 entrepreneurs et qui se manifestent dans de différents secteurs (technologie, industrie, commerce..., qui se trouvent a Alger et Bejaia , Sétif, Skikda.

I.8.1. Le déroulement des entretiens :

Nous avons effectué 08 entretiens, certains entrepreneurs nous ont bien accueillis et nous ont accordé chacun un entretien d'une durée de 30 minute à 1 heure de leurs temps.

En raison des difficultés rencontrée à fixer un rendez-vous avec ces entrepreneurs, nous avons pu réaliser ces entretiens en quatre semaines du 20 /04/2022 au 20/05/2022.

I.9.L'analyse thématique :

Après avoir collecté toutes les informations liées à notre thème auprès des entrepreneurs innovants dans quatre wilayas du pays (Alger, Skikda, Bejaia, Sétif), nous avons procédé à l'analyse thématique et nous avons réparti les thèmes pertinents et les moins pertinents dans une grille d'analyse :

Parmi les thèmes récents pour notre étude de recherche, on cite :

- La trajectoire socioprofessionnelle des entrepreneurs.
- Le rôle des formations et des expériences professionnelles des entrepreneurs étudiés dans la création de l'entreprise.
- Les moyens financiers et matériels qui étaient à la disposition des entrepreneurs.
- Les motivations de création des entrepreneurs.
- Les obstacles rencontrés par les entrepreneurs.

I.10.Les difficultés rencontrées :

Durant notre enquête, nous avons rencontré pas mal d'obstacles tels que :

- Manque d'informations sur les Start-upper à savoir leurs adresses, leurs numéros de téléphone et le type d'activité qu'ils exercent, d'où parvient la difficulté de prendre contact avec eux.

Chapitre I : le cadre méthodologique de la recherche

- Nous avons sollicité plusieurs entrepreneurs pour des entretiens, mais cela a rendu la tâche plus difficile, car ils n'ont pas tenu leur promesse.
- Les entrepreneurs n'accordent pas d'importance à ce genre d'enquêtes (le cas d'une entreprise qui nous a repoussés).
- Certains entretiens ont été réalisés dans des conditions difficiles, des déplacements, à cause de l'accès difficile sur les lieux de travail.

Nous avons été confrontés à des difficultés de recueil d'informations, car certains entrepreneurs refusent de répondre à quelques questions essentielles à notre recherche.

***Chapitre II : Initiation à
l'entrepreneuriat***

Chapitre II : Initiation à l'entrepreneuriat

Chapitre II : Initiation à l'entrepreneuriat

Préambule :

L'entrepreneuriat est considéré comme un champ de recherches qui agrège plusieurs variables dont l'humain qui permet à la personne de considérer son esprit d'initiative, de créativité et d'innovation ainsi que sa prise de risques qui aboutissent parfois à l'estime de soi, voire à un sentiment de réalisation. Dans ce contexte nous allons présenter les champs de l'entrepreneuriat et l'impact de l'entrepreneur sur la création d'entreprise et les différentes situations entrepreneuriales l'évolution des start-up et les différentes structures d'accompagnements qui ont contribué à leurs créations.

II.1. Généralités et définitions de l'entrepreneuriat :

L'entrepreneuriat constitue de nos jours un enjeu important pour la société. La création d'entreprises est une source importante de l'innovation ; en effet, l'entrepreneuriat est un phénomène complexe et diversifié, D'après l'économiste Joseph Schumpeter, un entrepreneur est une personne qui veut et qui est capable de transformer une idée en une innovation réussie. L'entrepreneuriat est à la tête de beaucoup de changements dans les marchés et les secteurs de l'économie, car de nouveaux produits arrivent pour remplacer les anciens » (JOSEF, 1979, P 479).

La notion de l'innovation est un concept central dans la construction de l'acte d'entreprendre. Schann renvoie le concept d'entrepreneuriat à l'esprit d'entreprise et à la volonté de faire de faire générer des innovations. Pour Julier et Marchesnay « le vocabulaire d'entrepreneuriat dans la littérature tourne généralement autour de trois concepts : l'entrepreneur, l'esprit d'entreprise , et la création d'entreprise ».(BERREZIGA,2019,p4); par cette définition, nous déduisons que l'entrepreneuriat est un phénomène combinant un individu à une organisation , l'un se définit par rapport à l'autre ; ainsi le terme d'entrepreneuriat décrit une relation entre entrepreneur et son organisation , comme le signale Julier et Marchesnay en mettant l'accent de risque.

Chapitre II : Initiation à l'entrepreneuriat

D'après Fayolle et Fillion « l'entrepreneuriat est le processus par lequel des personnes prennent conscience que le fait de posséder leurs propres entreprises constitue une option ou une solution viable, ces personnes pensent à des entreprises qu'ils pourraient créer, prennent conscience de la marche à suivre pour devenir un entrepreneur et se lancent dans la création et le démarrage d'une entreprise ». (BERREZIGA,AMINA,2019,P4).

Les déclencheurs de l'entrepreneuriat peuvent être : la formation, l'expérience, la disponibilité de fonds, le réseau environnemental, la détection d'une opportunité d'affaire, l'envie de devenir patron.

II.2. Le processus entrepreneurial :

II.2.1. La notion de l'entrepreneur :

Le phénomène entrepreneurial s'articule autour de trois dimensions dominantes : l'entrepreneur, l'acte d'entreprendre et l'entreprise. (COSTER, 2003, P9).

La conception de l'entrepreneur a évolué avec le temps, il est à l'aube de la révolution industrielle, l'entrepreneur était en quelque sorte un intermédiaire, rarement producteur, il se distingue par son attitude de prise de risque puis, avec l'industrialisation il devient la pierre angulaire du développement économique. Il produisait et innovait en prenant des risques.

Durant le moyen âge, le mot « entrepreneur » désignait une personne qui assumait une tâche. Puis il définit un individu prompt à prendre des risques économiques.

D'après le dictionnaire universel du commerce, publié à Paris en 1723, donne aux mots « entreprendre et entrepreneur » les définitions suivantes :

- Entreprendre : se charger de la réussite d'une affaire, d'un négoce d'une manufacturier, d'un bâtiment... ;
- Entrepreneur : celui qui entreprend un ouvrage. On dit entrepreneur de manufacture, entrepreneur de bâtiments, pour un maître maçon. (Fayolle,Filion,2006, p8)

On déduit donc que l'entrepreneur est un porteur de risques qui met tout en œuvre pour atteindre l'objectif.

Chapitre II : Initiation à l'entrepreneuriat

II.2.2. Les caractéristiques de l'entrepreneur :

L'entrepreneur est initié par un acte de volonté humaine, c'est celui qui sait imaginer du nouveau, l'essence de l'entrepreneur-ship est l'entrepreneur ; il a tendance à résoudre, à détecter les problèmes et à suggérer des solutions.

Il se présente au niveau d'une firme individuelle ; il implique un changement d'état, un changement de l'environnement d'un état (sans la nouvelle entreprise) vers un autre état (avec la nouvelle entreprise) ; il implique la discontinuité particulièrement dans la structure compétitive d'une industrie et parfois même, la création d'une nouvelle industrie.

C'est un processus holistique qui ne peut être évalué qu'en regardant l'ensemble de tout le système industriel ; c'est un processus dynamique où l'entreprise et l'industrie à laquelle elle appartient évoluent constamment. (COSTER, 2003, P9).

II.3. Les paradigmes de l'entrepreneuriat :

Pour Verstraete et Fayolle quatre paradigmes permettent de cerner le domaine de recherche en entrepreneuriat : la création d'entreprise, l'exploitation d'une opportunité d'affaire, la création de valeur et l'innovation.

II.3.1. Le paradigme d'opportunité d'affaire :

L'environnement joue un rôle important pour inciter et sensibiliser les individus à exercer une activité entrepreneuriale. La création d'entreprises constitue en elle-même une manifestation visible du phénomène entrepreneurial. Elle prend le sens d'une opportunité que les entrepreneurs assimilent à la concrétisation d'un projet avec les risques y afférents.

Le processus entrepreneurial est déclenché après la détection de cette opportunité d'affaire. Timons ajoute l'association des ressources nécessaires pour l'exploitation des opportunités. Hoffer et Bygrave concilient le paradigme de l'entrepreneuriat à celui d'opportunité et ce dernier à celui de création d'une organisation. L'opportunité d'affaires provient d'informations de diverses sources notamment l'environnement de l'entrepreneur.

Chapitre II : Initiation à l'entrepreneuriat

Ensuite c'est à l'entrepreneur potentiel de juger de la crédibilité de cette opportunité et de la transformer en un projet réalisable à l'aide de ressources. (Tounès, 2003, p30).

II.3.2. Le paradigme de création de la valeur :

C. Bruyat insiste sur la relation très forte entre l'entrepreneuriat et la création de valeurs. A ce sujet, il note que l'objet scientifique étudié dans le champ de l'entrepreneur-ship est la dialogique individu création de valeur. (Bruyat,1993, p57).

En effet, l'entrepreneuriat est cette capacité de valoriser une idée et la rendre créatrice de richesses au sein d'un environnement réceptif et qui est habilité à se développer.

Pour A. Tounès : « l'entrepreneuriat est le fruit de facteurs psychologiques, sociaux, culturels, politiques et économiques. Il prend forme d'attitudes, d'aptitudes, de perceptions, de motivations et de comportements qui se manifestent dans un contexte donné. Il peut s'exprimer sous diverses formes telles que l'entrepreneuriat, l'essaimage, la franchise ou la filialisation » en d'autres termes, nous comprenons que la valeur est une variable qui encourage et motive l'individu à entreprendre. (Tounès, 2003, p30).

II.3.3. Le paradigme de l'innovation :

L'entrepreneur est une personne qui est prête à prendre le risque en mettant sa carrière et sa sécurité financière pour mettre en œuvre une idée. L'innovation est maintenant définie comme "le processus qui mène de l'idée d'un nouveau produit ou procédé jusqu'à sa commercialisation réussie ". Cette définition appelle quelques précisions : la nouveauté peut être radicale, mais se limite souvent à une simple modernisation de l'existant ; l'idée qui déclenche le processus part presque toujours d'une perception du marché ; en revanche, le succès du processus d'innovation est en général fortement lié à un effort technologique. (BERREZIGA, P7).

L'entrepreneur innovateur est l'entrepreneur fondateur, propriétaire, gestionnaire et initiateur d'innovations. Il possède une double caractéristique, il est à la fois un entrepreneur, un créateur d'entreprise, un dirigeant, mais aussi un innovateur : c'est-à-dire une personne ingénieuse capable d'exploiter les technologies actuelles pour en développer de nouvelles. (BERREZIGA, P7).

Chapitre II : Initiation à l'entrepreneuriat

Le créateur d'entreprises agit par la conviction de participer à l'activité économique pour y réaliser un profit. Il construit une entreprise en fonction des marchés où il pourrait réaliser un profit. Il construit une entreprise en fonction des marchés où il a repéré une opportunité de croissance donc de gains. L'entrepreneur innovateur sera capable d'entraîner une suite d'actions conduisant à la production d'un nouveau produit (en modifiant les habitudes des consommateurs) ou à l'acceptation d'une nouvelle méthode de production. R. Cantillon renvoie la fonction principale de l'entrepreneur à la prise de risque des actions futures incertaines et d'après J. Schumpeter, à celui qui conduit l'innovation. Nous pouvons aussi associer à l'entrepreneuriat d'autres termes : l'esprit d'entreprise, A. Tounès considère : l'entrepreneuriat = innovation + risque. **(TOUNÉS, SÉMINAIRE ESC, AVRIL 2007).**

Tounès considère donc une partie de l'entrepreneuriat comme une innovation c'est-à-dire créer un service qui n'existe pas et l'autre partie au risque qui peut prendre diverses formes, il peut être financier : (perte d'argent) ou social ; en échouant l'individu peut être mal vu par la société.

L'innovation se définit comme une action d'inventer, de créer quelque chose de nouveau ou de transformer. Marchesnay donne une grande importance à ce paradigme puisqu'il représente le fondement de l'entrepreneuriat. Il ne focalise pas seulement l'acte de créer une nouvelle entreprise ou un nouveau produit mais il aborde aussi la voie de la nouvelle manière de faire les choses, de distribuer ou de vendre. **(BERREZIGA, P7)**

II.3.4. Le paradigme de création d'organisation :

Ce paradigme représente l'axe le plus utilisé dans le champ de l'entrepreneuriat, selon Verstraete : « L'entrepreneuriat est vu comme un phénomène conduisant à la création d'une organisation impulsée par un ou plusieurs individus associés à l'occasion ». **(Verstraete, 2003, p 13)**. En effet le Larousse définit l'entrepreneuriat comme « une fonction d'une personne qui mobilise et gère des ressources humaines et matérielles pour créer, développer et implanter des entreprises ». **(BERREZIGA, P7)**.

L'entrepreneuriat est donc un phénomène combinant un individu à une organisation. Il n'y a pas d'entrepreneuriat s'il n'y a pas d'organisation. Souvent, la création d'entreprises est le concept le plus cité et le plus proche de l'entrepreneuriat. A cet effet, T. Verstraete donne la définition suivante « L'entrepreneuriat est un phénomène combinant deux niveaux

Chapitre II : Initiation à l'entrepreneuriat

d'analyse à savoir l'entrepreneur et l'organisation impulsée par celui-ci ». (VERSTRAETE, 2000, P 229).

Par cette définition, nous pouvons dire que l'entrepreneuriat est un phénomène combinant un individu à une organisation. L'un se définit par rapport à l'autre et vice versa.

Ainsi, le terme « entrepreneuriat » décrit une relation entre un entrepreneur et son organisation.

II.4. Le projet entrepreneurial :

Un projet entrepreneurial peut être défini comme suit : « produire de la nouveauté, innover, mener des actions en vue d'un bien, d'un service, d'un événement à créer qui a une valeur dans le milieu parce qu'il répond à un besoin ». Le projet entrepreneurial s'appuie sur l'idée d'une production, d'une action productive qui crée un produit, un service, un événement. Le projet entrepreneurial est décrit comme un moyen de développer des compétences, d'apporter une solution à un problème de répondre à un besoin et de générer une action que l'on fait connaître à un public ciblé ;(MEZGHANI, 2009, P 24).

II.4.1. Les étapes d'un projet entrepreneurial :

Pour développer un projet entrepreneurial, il faut l'approcher selon une perspective de processus. Un tel processus entrepreneurial est dynamique, fluide, ambigu et chaotique. Les étapes du projet entrepreneurial sont au nombre de trois :

Étape 1 : la réflexion – réfléchir et comprendre

Étape 2 : l'élaboration – planifier et surprendre

Étape 3 : la mise en œuvre - réaliser et entreprendre. (MEZGHANI, 2009, p 26).

II.4.1.1. La réflexion et la conception

La réflexion : réfléchir et comprendre ; vérifier sa volonté et sa capacité à entreprendre ; trouver, définir et valider l'idée ; idée d'affaires/concept/business model ; adéquation homme/projet et gestion des contraintes. (MEZGHANI, 2009, P 26).

Chapitre II : Initiation à l'entrepreneuriat

II.4.1.2. L'élaboration :

L'élaboration : planifier et surprendre, l'étude de viabilité commerciale, de faisabilité technique, de viabilité financière et juridique, en introduisant la notion de plan d'affaires. (MEZGHANI, 2009, P26).

II.4.1.3. La mise en œuvre :

La mise en œuvre : réaliser, entreprendre et installer la nouvelle entreprise. Au cours des premiers mois d'activité la démarche entrepreneuriale s'accomplit en interaction constante avec le milieu puisqu'elle se rattache aux quatre notions clés suivantes : opportunité, innovation, émergence d'une organisation, création d'une valeur. Chacune de ces réalités cherche à « produire de la nouveauté ». (MEZGHANI, 2009, P26).

II.5. Les avantages de l'entrepreneuriat :

L'entrepreneuriat est devenu, depuis quelques décennies, l'un des sujets de grande importance, dans la mesure où il s'agit d'un domaine qui permet le développement économique et social des nations. C'est pourquoi il est encore important de l'étudier et d'essayer de connaître l'importance de ce domaine dans l'économie et le développement ainsi que le rôle des différents acteurs. Cette dernière a boosté la vie économique et sociale du monde entier :

- L'entrepreneuriat a offert un nouveau souffle à l'économie traditionnelle ; à La création d'entreprises, ainsi qu'à l'entreprise innovante ;
- L'entrepreneuriat peut être défini comme l'ensemble des actions visant à créer de la richesse et de l'emploi par la création d'une entreprise, il permet le développement des nations dans tous les domaines ;
- L'entrepreneuriat réduit les déficits et de la dette.
- Facteurs majeurs du développement des petite et moyenne entreprises PME du développement des dispositifs d'accompagnement, de la mise en place d'un climat économique général adéquat à la création d'entreprises. L'entrepreneuriat a permis le développement de la créativité et de l'innovation.

Chapitre II : Initiation à l'entrepreneuriat

- C'est un processus émergent qui encourage des catégories de personnes à agir au-delà des stigmates des milieux familial et social dans lesquels elles vivent, à aller surmonter les contraintes de l'environnement dans le seul but est d'atteindre un niveau de réussite et d'autonomie.
- Le processus d'identification, qui permet d'explorer et d'exploiter d'une opportunité en vue de la création d'une activité. (BOUTILLIER, UZUNIDIS, 2010, P1-21).

II.6. Type de création d'entreprise :

La création d'entreprise est une notion à facette multiple, les entreprises nouvelles constituent un objet hétérogène (Bruyat 1993). La création d'entreprises recouvre trois situations différentes :

II.6.1. La création d'entreprise « ex-nihilo » :

Création d'une entreprise par individus ou un groupe, entreprise nouvelle. (FAYOLLE, 2005, P18).

II.6.2. La reprise d'entreprise :

Création d'une entreprise reprenant partiellement ou totalement les activités et les actifs d'une entreprise ancienne. (FAYOLLE, A, 2005, P18).

II.6.3. La réactivation d'entreprise

Redémarrage des activités d'une entreprise en sommeil (FAYOLLE, 2005, P18).

Dans le même contexte on distingue d'autres situations entrepreneuriales :

II.6.4. L'essaimage :

Une entreprise est créée par essaimage lorsqu'un employeur aide ses employés à entreprendre il s'agit d'une mesure d'accompagnement dès le départ. L'aide apportée peut être matérielle (l'entreprise fournit les technologies nécessaires), financière, logistique ou encore

Chapitre II : Initiation à l'entrepreneuriat

commerciale (l'entreprise s'engage à passer des commandes). On rencontre aussi d'autres situations entrepreneuriales telles que la franchise et l'entrepreneuriat. Autrement dit

L'essaiage est l'accompagnement de départ de ses salariés par une entreprise en les aidants à créer leurs propres activités. On trouve souvent ce phénomène d'essaiage dans le monde des nouvelles technologies de l'information. **(BERREZIGA, P2).**

On distingue trois sous-catégories de l'entrepreneuriat par essaiage :

- **L'essaiage à chaud (ou social) :** permet à l'entreprise « qui essaime » de résoudre un problème de sureffectif ou de mettre en place une politique de restructuration ;
- **L'essaiage à froid (ou actif) :** concerne les salariés porteurs de projet de création d'entreprise ;
- **L'essaiage stratégique :** permet de mettre en œuvre une politique économique gagnante pour externaliser une activité. **(BERREZIGA, P2).**

II.6.5. Entreprise en franchise :

Entreprendre en franchise est une démarche de commercialisation impliquant deux principales parties : le franchiseur et les franchisés.

C'est un système dans lequel le franchiseur (une entreprise) permet aux franchisés de reprendre un concept, vendre des produits ou services moyennant une compensation financière.

Ainsi, le franchisé peut bénéficier de la notoriété de la marque du franchiseur, de son expertise, de son identité visuelle, d'une renommée déjà acquise ou encore de produits ou services déjà connus sur le marché. **(BERREZIGA, P2).**

II.7. Entrepreneuriat :

En 1985, Clifford Pinchot, pour lui entrepreneuriat revient à entreprendre dans une structure existante en développant des pratiques et comportements entrepreneuriaux à l'intérieur d'une grande entreprise. Le personnage-clé de ce phénomène est entrepreneurial. Avoir un esprit d'entreprise consiste à chercher en permanence, à créer et à développer son

Chapitre II : Initiation à l'entrepreneuriat

entreprise. Pour cela, l'entrepreneur a plusieurs missions. (MEZGHANI ET AUTRES, (P-D) P14.)

- L'entrepreneur innovateur (selon Joseph Schumpeter).
- L'entrepreneur opportuniste.
- L'entrepreneur preneur de risque.
- L'entrepreneur organisateur.

Parmi ces formes d'entrepreneuriat on distingue les startups, qui représentent une nouvelle forme de l'entrepreneuriat qui est une tendance actuellement. La start-up constitue une jeune entreprise, ayant moins d'une année d'existence, promise à une croissance forte, rapide et incontrôlable.

A l'origine, le statut de start-up s'appliquait exclusivement aux entreprises technologiques dont une innovation majeure permettait de parier sur un développement rapide. Entre 1998 et 2000, internet a permis d'étendre le concept à toutes sortes d'entreprises se réclamant du web : éditeurs, marchands, prestataires de services... Dans de nombreux cas, cette appellation s'est révélée abusive. (L'encyclopédie e-business) (MEZGHANI, LASSAD, ALL, (P-D) P14).

II.8. L'innovation

L'entrepreneuriat et l'innovation sont associés depuis que l'économiste Joseph Schumpeter a évoqué la force du processus de destruction créatrice qui caractérise l'innovation ; l'idée contenue dans cette expression à première vue sa paradoxale. Selon Schumpeter les entreprises innovantes mettent en difficultés les entreprises existantes « traditionnelles » qui sont installées dans leurs secteurs d'activités et qui n'ont pas pu s'adapter à leurs produits, à leurs services ou renouveler leurs technologies.

D'après Schumpeter, les entrepreneurs constituent le moteur de ce processus de destruction créatrice, en identifiant les opportunités que les acteurs ne voient pas et en développant les technologies et les concepts qui donneront naissance à de nouvelles activités économiques (FAYOLLE,2006, P19).

Chapitre II : Initiation à l'entrepreneuriat

La fonction d'innovation est importante et fait de l'entrepreneur un vecteur du développement économique. Les entrepreneurs doivent donc chercher les sources de l'innovation, les changements et les informations pertinentes sur les opportunités créatrices, maîtriser et appliquer les principes qui permettent de mettre en œuvre les innovations avec les meilleures chances de réussite (FAYOLLE,2005,P19-P20).

II.9. Création d'emplois :

La création d'entreprises apparaît comme une source potentielle d'emplois et une réponse au problème du chômage. Des chiffres sont prudemment avancés afin de quantifier le nombre d'emplois générés par la création d'entreprises. (FAYOLLE, 2005, P20)

II.10. Qu'est-ce que les start-up :

II.10.1.L'aperçu historique sur le développement des start-up :

Les premières start-up ont vu le jour aux Etats-Unis dans la Silicon Valley dans les années 20, mais c'est en 1976, que le terme « startup » est utilisé pour la première fois par le célèbre magazine Forbes dans un de ses articles, qui mentionne « le business peu reluisant d'investir dans des startups dans le domaine de l'informatique ». (<https://www.groupeigs.fr/actualites/start-retour-sur-lhistoiredes-jeunes-pousses>).

A la fin du 20^{ème} siècle, aux Etats-Unis, ces firmes dynamiques spécialisées en technologie de l'information et de la communication) ont donné naissance à des grandes inventions numériques et ces innovations ont vu le jour dans des endroits peu conventionnels ; exemple : les premiers ordinateurs Apple ou HP, ont commencé leurs réalisations dans leurs garages. Ces garages se trouvent dans la célèbre Silicon Valley entreprise qui détient le numérique à travers le monde et la création du premier moteur de recherche Google. ([Hhttps://www.groupeigs.fr/actualites/start-retour-sur-lhistoire-des-jeunes-pousses](https://www.groupeigs.fr/actualites/start-retour-sur-lhistoire-des-jeunes-pousses)).

En 1976, c'est au tour de Steve Jobs de lancer son concept d'ordinateurs dans son garage, au côté de son ami Steve Wozniak, qui vont développer et concevoir le tout premier ordinateur

Chapitre II : Initiation à l'entrepreneuriat

« d'appel », et qui coïncide avec la période de création de Microsoft, un de ses plus grands concurrents. (<https://sokeo.fr/start-up-definition/>)

En 1997, l'un des plus célèbres moteurs de recherche web va voir le jour dans un garage, situé dans la ville de Californie de Menlo Park, les deux amis Larry Page et Sergey Brin vont concevoir Google, «www.google.com» qui sera ensuite enregistré à la date du 19 septembre 1997 ainsi d'autres grandes firmes qui ont été des start-up au départ ont vu le jour entre les années 1990 et le début des années 2000 telles qu'Amazon en 1994 et Facebook en 2004.

(<https://sokeo.fr/start-up-definition/>)

L'équivalent français est la french Tech, écosystème unique qui réunit les startups tel que l'investisseur, décideurs et community builders, compte un vaste réseau de 13 capitales, 45 communautés french Tech en France et 63 implantées dans près de 100 villes à travers le monde. (<https://www.groupeigs.fr/actualites/start-retour-sur-lhistoire-des-jeunes-pousses>).

II.11. L'écosystème start-up :

Un écosystème de start-up est formé de personnes, de startups à leurs différentes étapes et de différents types d'organisations dans un emplacement (physique ou virtuel), interagissant en tant que système pour créer et faire évoluer de nouvelles entreprises en démarrage. Ces organisations peuvent être divisées en catégories telles que les universités, les organismes de financement, les organisations de soutien (comme les incubateurs, les accélérateurs, les espaces de travail collaboratif, etc.), les organismes de recherche, les organisations de prestataires de services (comme les services juridiques, financiers. Les gouvernements locaux et les organisations gouvernementales telles que les départements commerce, industrie, jouent également un rôle important dans l'écosystème des startups. Différentes organisations se concentrent généralement sur des parties spécifiques de la fonction de l'écosystème et sur les startups à leur (s) stade (s) de développement spécifique (s). (ZIOUAL, P5).

Chapitre II : Initiation à l'entrepreneuriat

II.12. Les étapes de création de la start-up :

Étape 1 : trouver une idée de start-up

La première étape de la création d'une startup est la recherche d'une idée. Lors de cette phase, il faut s'assurer qu'elle est pertinente, unique et nouvelle. Pour se faire, il peut être pratique de réaliser un « benchmark », autrement dit, une étude comparative et une étude de marché. Il est également nécessaire de vérifier si l'idée de start-up correspond à :

- Son projet ;
- Ses compétences ;
- Ses qualifications. **(ZIOUAL, P2)**.

Lors du choix de l'idée de start-up, il faut prendre en considération la cible correspondante. Il est aussi important de ne pas trop restreindre le champ d'action pour garantir le développement de son affaire. Le start-upper doit s'assurer que l'idée serait, à terme, rentable. Tester le marché pourrait alors être nécessaire afin d'ajuster ses services ou ses produits.

Étape 2 : monter son projet et le formaliser

Une fois le concept de sa start-up déterminé et évalué, la prochaine étape consiste donc à monter son projet et le formaliser.

Cette phase permet d'évaluer la faisabilité du projet et son potentiel de croissance. Elle passe par l'établissement de plusieurs éléments notamment le business plan avec la présentation du projet et ses aspects financiers, l'exécutive summary, un document synthétisant les grandes lignes du business plan, le « business model », ou modèle économique ; le pitch, un discours qui permet de présenter et valoriser rapidement le projet. **(ZIOUAL, P3)**. Tous ces éléments permettront aux investisseurs d'évaluer le projet de création de la start-up, sa faisabilité et sa rentabilité).

Chapitre II : Initiation à l'entrepreneuriat

Étape 3 : rechercher des financements :

Une fois le projet formalisé, l'entrepreneur peut procéder à la recherche de financements. Les différents éléments établis doivent constituer le dossier pour convaincre les investisseurs et les banques. Diverses solutions peuvent être envisagées. **(ZIOUAL,(P-D) P3).**

a. Le crowdfunding :

Pour financer la création d'une start-up, les Start-uppers peuvent miser sur le crowdfunding ou financement participatif. Ce type de financement peut se présenter sous forme de prêt de don ou de participations au capital. **(file:///home/startup/les4étapepourcréersastartupsimplement(2022).html).**

b. L'emprunt bancaire :

L'une des solutions classiques en matière de financement consiste à faire un emprunt bancaire. Dans ce cas, le dirigeant doit généralement s'engager à titre personnel pour se porter garant de la structure pour ses dettes. **(ZIOUAL,(P-D), P3).**

c. La levée de fonds :

Faire une levée de fonds constitue une autre solution de financement adaptée. Pour attirer les investisseurs et les inciter à participer au projet, généralement des anciens chefs d'entreprise ou cadres de haut niveau investissant leurs propres moyens financiers, il convient de présenter le projet de manière convaincante. **(ZIOUAL,(P-D), P3).**

Les aides à l'innovation : de nombreuses aides à l'innovation sont disponibles, elles subventionnent les projets réellement innovants. **(ZIOUAL,(P-D), P3).**

Les appels à projet : pour financer sa start-up, il est aussi recommandé de répondre aux appels à projets innovants proposés par diverses agences et organismes comme les fondations de grandes entreprises. L'ADEME ou encore l'union européenne par le biais du programme 2020. Ces appels à projets sont visibles sur leur site internet. **(ZIOUAL,(P-D), P3).**

Chapitre II : Initiation à l'entrepreneuriat

Étape 4 : choisir une forme sociale pour créer sa startup (statut juridique)

EURL, SARL, SAS, SA, différentes options s'offrent à l'entrepreneur pour le choix de la forme juridique de sa startup. Pour choisir la forme sociale adéquate à sa start-up, il faut prendre en considération l'activité et les perspectives d'avenir de sa société. Cette étape est essentielle pour choisir la forme sociale la plus adaptée à son projet et à sa startup. (ZIOUAL,(P-D), P4).

Étape 5 : lancer sa startup

Une fois la phase de réflexion arrivée à terme, c'est enfin le moment de lancer sa start-up ; cette dernière étape consiste à créer la start-up elle-même. Elle rassemble les démarches relatives à la création d'une société. Elle comprend plusieurs phases selon le statut juridique de la start-up. Les formalités à remplir dépendent de la forme juridique choisie. De manière générale, elles comprennent la rédaction des statuts de la start-up ; le dépôt et l'enregistrement des statuts ; la déclaration des activités de l'entreprise ; la publication se portant sur la constitution de la start-up dans un journal d'annonces légales ; l'immatriculation de la start-up. Toutefois, les démarches de la création d'entreprise sont souvent difficiles à réaliser. (Zioual, (p-d), p4).

II.13. Les caractéristiques d'une start-up :

Selon Steve Blank, une startup est une organisation temporaire à la recherche d'un business modèle, industrialisable, rentable et permettant la croissance », « l'esprit start-up », c'est surtout avoir une équipe sur motivée, impliquée et focalisée sur l'objectif, capable d'assimiler et de « digérer » rapidement les changements. (<https://www.1min30.com/dictionnaire-du-web/startup>)

Innovante : elle a pour but d'améliorer les conditions de vie en positionnant une solution d'un problème identifié, cette innovation peut résulter d'un produit déjà existant ou peut être un tout nouveau produit (DJEKIDEL,MOUAMMED,2021, P419-420).

Temporaire : une startup n'a pas vocation à le rester toute sa vie. Être startup n'est pas un objectif en soi. Une startup est une phase particulière et le principal objectif est d'en sortir. Il s'agit comme le dit Peter Thiel, célèbre entrepreneur de la Silicon Valley, de passer de 0 à

Chapitre II : Initiation à l'entrepreneuriat

1, de transformer une idée en entreprise, de trouver une nouvelle manière de rendre un service, de créer de la valeur. (DJEKIDEL, MOUHAMMED, 2021, P 419-420).

Recherche d'un business model : être une startup c'est apporter de la valeur à des clients avec un produit ou un service que personne n'a jamais fait avant. L'enjeu d'une startup est de trouver et construire le business modèle qui convient. Un business modèle qui n'est pas implanté sur une structure existante, et qui n'est pas forcément évident au lancement de la structure. ([https:// www.lecoindesentrepreneurs.fr/faire-le-business-plan-dune-start-upconseils/](https://www.lecoindesentrepreneurs.fr/faire-le-business-plan-dune-start-upconseils/)). Donc Il ne faut pas confondre business model (l'ensemble du modèle, des mécanismes, qui permettent à l'entreprise de générer des revenus) et business plan.

Industrialisable/reproductible : cela signifie qu'une startup cherche un modèle qui, une fois qu'il fonctionne (on gagne de l'argent et on sait comment on en gagne) peut être réalisé à plus grande échelle, dans d'autres lieux, ou conçu par d'autres. L'exemple le plus parlant est celui d'Airbnb ou d'Uber, qui se déploient de ville en ville à partir d'une recette qui fonctionne. (DJEKIDEL, MOUHAMMED, 2021, P 419-420).

Scalable : (pour une croissance exponentielle) ; l'autre caractéristique d'une startup, c'est sa capacité. Le fait d'avoir un modèle où plus le nombre de clients n'augmente, plus les marges sont grandes. Les premiers clients coûtent plus chers que les suivants et ainsi de suite. C'est cette capacité, et le fait que le modèle soit reproductible qui permet aux startups de croître, en peu de temps, comparativement à une entreprise plus classique. (DJEKIDEL, MOUHAMMED, 2021, P 419-420).

II.14. Les structures d'accompagnement des start-up :

Pour les aider dans leurs créations et les premières étapes de leur développement, plusieurs structures se sont organisées afin d'apporter des ressources (financières, humaines, administratives, réseau, ...) à de jeunes entrepreneurs.

II.15. Les incubateurs :

La perspective des incubateurs :

Les incubateurs sont des structures d'appui à la création d'entreprises. Ils réunissent des ressources spécialisées dédiées à l'accompagnement et à l'assistance des entreprises avant leur création ou dès les premières années de leur existence. Ils comprennent, en général, un hébergement immobilier, des services administratifs, des actions de conseil et de mise en relation avec les réseaux d'affaires notamment financiers.

En France, le terme « incubateur » s'est appliqué aux structures d'appui avant la création d'entreprises, par exemple les premiers incubateurs des écoles des mines et a été utilisé pour les incubateurs lancés récemment par le m.e.n.r.t. – ministère de l'éducation nationale, de la recherche et de la technologie.

D'une autre manière, un incubateur d'entreprises est une structure qui accompagne les entreprises, jusqu'à leur création et parfois pendant leurs premiers mois d'existence. L'incubateur permet la gestation des projets innovants et les porteurs de projet disposent ainsi d'un hébergement et d'un accompagnement personnalisé.

Le terme « pépinière » a été utilisé plus couramment pour les structures d'appui aux entreprises après leur création, ce terme étant préféré à celui de nursery, de ruche, de couveuse.

Aux Etats-Unis, le terme « incubateur » désigne les pépinières, le concept d'incubateur étant parfois traduit par « innovation center » ; mais d'une façon générale, le terme « incubateur » recouvre à la fois les structures d'appui avant et après la création.

Au moment de la vague internet, un grand nombre de structures sont créées, notamment d'origine privée pour accompagner et faciliter le lancement de start-up, moyennant une contrepartie financière. Ces structures appelées « incubateur » aux Etats-Unis se sont développées rapidement en Europe en gardant le nom d'incubateur.(**ALBERT, BERNASCONI,GAYNOR,2002, P8**).

Chapitre II : Initiation à l'entrepreneuriat

II.16. Les systèmes d'appui à la création d'entreprises :

En prenant davantage en compte l'importance des petites entreprises et des créations d'entreprises dans le tissu économique local, les pays industrialisés à partir des années quatre-vingt (1980) ont accru les dispositifs d'appui à la création d'entreprises. L'objectif était d'apporter aux nouveaux entrepreneurs des conditions d'accès plus faciles aux ressources qui leur sont nécessaires et indispensables. (ALBERT, BERNASCONI, GAYNOR, 2002, P8).

Trois axes d'intervention des pouvoirs publics se sont développés parallèlement : les appuis financiers, le conseil et la formation et le soutien logistique ;

II.17. Les appuis financiers :

Il s'agit de subventions, d'avances remboursables, de cautions et de garanties, d'accès au capital risque. Une panoplie de mesures a été mise en place, aux niveaux national, régional voire local. Les procédures de l'ANVAR, de la BDPME, (SOFARIS), les plates-formes d'initiative locales, les prêts à la création d'entreprises sont de bons exemples, même si les procédures en place ne permettent pas encore de répondre à tous les besoins. (ALBERT, BERNASCONI, GAYNOR, 2002, P8).

II.17.1. Le conseil et la formation :

La sensibilisation et la formation à la création d'entreprises, les différents types de conseils spécialisés apportés aux entrepreneurs se sont multipliés par les différents réseaux des chambres de commerce, des chambres de métiers, des boutiques de gestion, des plates formes d'initiatives locales, des clubs de créateurs d'entreprise. (ALBERT, BERNASCONI, GAYNOR, 2002, P9). Depuis leur création, on peut distinguer deux vagues de développement des incubateurs ; Qui se divise en deux périodes essentiels :

La période de lancement des incubateurs de développement économique : 1980-1997 :

Dans chaque pays, les incubateurs sont nés d'initiatives individuelles locales, pour répondre à un problème spécifique de régénération ou d'expansion d'un territoire. La fonction immobilière a été la première à offrir des conditions d'hébergement favorables aux jeunes entreprises. Les fonctions complémentaires de services, d'accompagnement et de conseil se

Chapitre II : Initiation à l'entrepreneuriat

sont développées progressivement. Ce modèle d'activation économique s'est peu à peu diffusé, souvent encouragé par des collectivités locales qui cherchaient à résoudre un problème d'activité

Au début de cette période, la plupart des incubateurs bénéficiaient de subventions publiques nationales ou locale et par l'appui de grandes entreprises, de banques et d'organismes locaux divers. Les modèles privés étaient peu nombreux aux Etats-Unis en 1996 est caractérisées, à cette période-là par peu d'exemples d'incubateurs privés. Leur objectif étant de rentabiliser une propriété immobilière au moyen de loyers accompagnés de services communs. **(ALBERT, BERNASCONI, GAYNOR, 2002, P9).**

La seconde période : croissance et diversification d'incubateurs modèle 1988 :

Cette phase, a été marquée par plusieurs phénomènes : l'explosion des incubateurs privés à but commercial et notamment des « incubateurs internet » lancés par des entrepreneurs indépendants, des financiers, voire de grandes entreprises.

Aberdeen Groupe a recensé 350 incubateurs internet aux usa en octobre 2000, alors que Harvard business school en recensait 24 à fin 1998.

Ces catégories d'incubateurs privés sont associées à internet, ainsi qu'à d'autres technologies qui ont par la suite bénéficié d'une très forte médiatisation durant leur croissance. Cet engouement lié à la mode a poussé de nombreuses structures d'appui, de conseil ou de financement de jeunes pousses à s'appeler « incubateur ».

Parallèlement, les incubateurs issus du monde académique et des centres de recherche ont connu une nouvelle phase de développement grâce aux nouvelles politiques d'innovation au niveau européen et au niveau des états, ainsi qu'à l'attrait vif des étudiants pour les start-up.

Enfin, les grandes entreprises se sont davantage intéressées à l'incubation. Cette seconde vague s'est donc caractérisée par l'intervention d'un grand nombre d'acteurs divers et nouveaux qui se sont intéressés à l'incubation d'entreprise, pour renforcer ou diversifier leurs activités, voire par opportunisme. **(ALBERT, BERNASCONI, GAYNOR, 2002, P10).**

Chapitre II : Initiation à l'entrepreneuriat

II.18. Les missions et les objectifs de l'incubation :

D'une manière générale, les objectifs que servent les incubateurs appartiennent aux catégories suivantes :

- La création d'emplois ;
- Le développement d'activité économique via la création d'entreprises ;
- Le profit, le transfert et la valorisation de technologies ;
- La revitalisation de zones en difficulté ou en reconversion ;
- La diversification du tissu industriel ;
- La promotion de certaines filières d'activités et la promotion de certaines catégories de populations. (ALBERT, BERNASCONI, GAYNOR, 2002, P14).

Les types de services offerts : Les incubateurs offrent cinq grands types de fonction :

- L'immobilier et la gestion de cet immobilier : aménagements, installations diverses, locations de salles de réunions.
- Les services de base, souvent en temps partagé (secrétariat, accueil, salles de conférences).
- Les services de conseils et d'assistance qui peuvent se rapporter aussi bien aux opérations quotidiennes (juridiques, personnel, relations bancaires, comptabilité) qu'un aspect stratégique : conseils, mises au point de business-plans, conseil en marketing, conseil financier, propriété industrielle.
- La formation aux divers aspects du management et le coaching individuel ;

La mise en relation à travers des réseaux financiers, technologiques, commerciaux qui permettent à l'entreprise d'avoir accès à des partenaires, à des clients, etc. (ALBERT, BERNASCONI, GAYNOR, 2002, P14).

Conclusion du chapitre :

Une startup, une entreprise pas comme les autres est souvent financée par ses

Chapitre II : Initiation à l'entrepreneuriat

Fondateurs qui tentent de capitaliser le développement d'un produit ou d'un service demandé. On est face à deux types de structures qui ne fonctionnent pas de même façon, qui n'ont ni la même dynamique ni les mêmes objectifs. Le mot "start-up" "jeune entreprise qui démarre ou entreprise technologique.

a une structure dont un des enjeux est d'avoir des processus efficaces, permettant de fournir le meilleur service possible avec un fonctionnement optimal.

*Chapitre III : l'entrepreneuriat et
l'entreprise Algérienne*

Chapitre III : l'entrepreneuriat et l'entreprise Algérienne

Préambule

De nos jours, l'esprit d'entreprendre ou bien l'entrepreneuriat joue un rôle important dans la vie économique et sociale d'un pays. La création d'une entreprise ou bien le phénomène entrepreneurial participe activement au développement des nations, à la création d'emploi au développement des innovations et à la renaissance des entreprises existantes notamment dans un contexte de mondialisation. En effet, les PME que sont des composantes importantes de l'économie de nombreux pays sont souvent considérées comme les moteurs de la création de l'emploi, c'est pour cette raison que la relance de la production industrielle soutient la PME. Dans cette partie, nous allons présenter l'histoire de la création de l'entreprise algérienne, les étapes de création de la PME, ses caractéristiques et les différents dispositifs dédiés au développement des PME, les startups en Algérie, ainsi que les outils de financement d'un projet et les diverses formes juridiques, conditions d'attribution du label start-up, la durée et la validité du label start-up en Algérie.

III.1. Histoire de création de l'entreprise algérienne :

A la fin des années 1980, tous les gouvernements algériens ont compris que le secteur public seul ne peut répondre aux besoins économiques et sociaux grandissant du pays, ce qui a encouragé le recours au secteur privé qui est une nécessité absolue. Et c'est dans ce contexte de transition, d'une économie dirigée vers l'économie du marché, que la PME s'est imposée, par sa diversité, sa flexibilité sa capacité à créer des emplois, comme une entité susceptible de compenser le déficit de la grande entreprise nationale. (Mammeri, 2022, p2).

III.2. Les étapes de création de la PME :

La PME algérienne a vu le jour après l'indépendance ; elle n'a évolué que très lentement sans disposer d'une infrastructure et d'une superstructure adaptée. Globalement, deux périodes bien distinctes ont caractérisé l'évolution de la PME depuis l'indépendance :

- la première période, qui a duré jusqu'en 1988, s'est distinguée par une réglementation basée essentiellement sur la limitation de l'expansion de la PME privée et la mise en place d'un

Chapitre III: L'entrepreneuriat et l'entreprise Algérienne

nombre important de PME de droit public, notamment au niveau des collectivités locales. (MARZOUK,2009, P2).

- La seconde, entamée à partir de 1988, a eu pour effets la mise en place de stimulants quant à sa promotion et sa relance dans le cadre de l'initiative privée.

Enfin, l'évolution de la PME s'est opérée en trois étapes : de 1963 à 1982, De 1982 à 1988 et après 1988. (MARZOUK, 2009, P2).

III.2.1. La première période 1963-1982 :

Après l'indépendance les entreprises ont été confiées à des comités de gestion. Après le départ de leurs propriétaires étrangers, elles furent intégrées dans des sociétés Nationales à partir de 1967.

Cette période était caractérisée par l'adoption d'une économie planifiée et d'une Industrie basée sur la fabrication de biens d'équipements et des produits intermédiaires.

En 1963, le premier code d'investissement a été promulgué, et malgré les avantages et les garanties proposés aux investisseurs, celui-ci n'a pas abouti aux résultats attendus pour développer le secteur des PME/PMI.

Suite à cet échec, un autre code des investissements a été promulgué en 1966, ce Dernier a essayé de donner un rôle plus important au secteur privé dans le développement économique algérien tout en prévoyant une place prédominante pour le secteur public sur les secteurs stratégiques de l'économie. Ce code a donné naissance à la commission nationale des investissements (CNI), Un organisme qui délivre des agréments pour tout investisseur et entrepreneur privé.

Cependant les PME/PMI ont marqué réellement leurs démarrages à partir du premier plan quadriennal 1970-1973 qui avait prévu un programme spécial de développement des industries locales, suivis d'un second plan quadriennal (1974-1978). Durant toute cette période, le développement de la PME/PMI a été initié exclusivement par le secteur public dont les objectifs consistent à assurer un équilibre régional. (SAOUD,2016, P3)

III.2.2. La deuxième période 1982-1988 :

Durant cette période, de grandes réformes ont été amorcées toujours sous le système de l'économie administrée. Les deux plans quinquennaux (1980-1984 et 1985-1989) sont l'exemple de ces réformes entamées en faveur du secteur privé.

Chapitre III: L'entrepreneuriat et l'entreprise Algérienne

Il y a eu parallèlement une promulgation d'un nouveau cadre législatif et réglementaire relatif à l'investissement privé (loi du 21/08/1982) qui a dicté un ensemble de mesures favorables aux PME telles que :

- Le droit de transfert nécessaire pour l'acquisition des équipements et dans certains cas des matières premières.
- L'accès, même limité, aux autorisations globales d'importations ainsi qu'aux Systèmes d'importations sans paiement.
- Cette période est également caractérisée par certains obstacles aux PME et le financement par les banques ne dépasse pas 30% du montant total de l'investissement.
- Les montants investis sont limités à 30 millions de DA pour la société à Responsabilité limitée (SARL) ou par actions et 10 millions de DA pour l'entreprise Individuelle ou en nom collectif.
- L'interdiction de posséder plusieurs affaires. (SAOUD,2016,P3)

III.2.3. La troisième période depuis 1988 :

Le nouveau cadre législatif mis en place, et les réformes structurelles engagés dès 1989 ont entraîné un développement remarquable du parc des entreprises privées, Reconnaissant ainsi l'importance du développement des PME/PMI pour une économie de marché. Petit à petit, les PME/PMI ont commencé à occuper une place importante et particulière dans l'économie algérienne.

En 1990, une nouvelle doctrine a commencé à prendre forme, donnant ainsi l'occasion à toutes les entreprises algériennes, qu'elles soient publiques ou privées, de bénéficier du même traitement depuis la suppression totale des monopoles jusqu'à la liberté d'accès au commerce extérieur. Il ne s'agissait pas uniquement de l'investissement privé national, la loi 90-10 Relative à la monnaie et au crédit, ouvre la porte à toutes les formes de contribution du capital étranger et encourage toute forme de partenariat sans exclusivité y compris sous forme d'investissement direct.

Théoriquement, la législation a finalement été adaptée aux exigences du développement, qui consacrent la convergence de toutes les forces pour stimuler la relance de l'économie.

L'état voulait faire du code de l'investissement de 1993 une nouvelle politique de promotion de l'investissement. Ce qui nécessite une mobilisation de tout un environnement censé être au service de l'investissement. Les lourdeurs bureaucratiques, les problèmes liés à la gestion du foncier industriel entre autres ont constitué des obstacles au dispositif mis en place. (Saoud,2016,p4)

III.3. Évolution de la PME en Algérie :

La petite et la moyenne entreprise algérienne ne cesse de prendre son essor. Ce secteur a réalisé des progrès remarquables ces dernières années, comme le témoigne sa création ainsi que sa progression régulière dans les principaux secteurs économiques. D'après une étude effectuée par BOUYACOUB (2003) présentant un cumul de créations d'entreprises entre 1962 et 2000 le secteur de PME apparaît de création très récente. Dans ce cadre, l'auteur a relevé que le nombre de créations de PME était largement inférieur à 1 000 par an avant 1990, et a atteint presque 3 000 en 1991 et a dépassé les 5 000 en 1994.

Suite à l'adoption de la loi d'orientation sur la PME de 2001, et la mise en œuvre des politiques publiques d'appui (ANSEJ, ANDI, FGAR, Banques) à la création et à la disponibilité de la petite et moyenne entreprise, la densité des PME a presque quadruplé, environ la moitié des PME ont été créées entre 2001 et 2008 avec un rythme moyen de croissance 9%.

Au premier semestre 2011, 642.913 PME ont été déclarées, totalisant toutes plus de 1,6 million d'emplois. (MEMMRI, 2022, P275)

III.4. Les caractéristiques de la PME Algérienne :

L'ouverture de l'économie algérienne et l'instauration progressive de l'économie de marché a permis une nette augmentation du nombre de PME durant ces dernières années. Aujourd'hui, ces entreprises occupent une place de plus en plus importante dans la structure économique nationale. Après une expérience plus ou moins courte pour ce type d'entreprises dans l'activité économique nationale, un nombre de caractéristiques peuvent être tiré :

- S'il est possible d'apprécier quantitativement le développement des PME à partir des données générales (disponibles seulement depuis les dernières années), il n'est pas aisé d'approfondir l'analyse des nouvelles entreprises, notamment sur le plan qualitatif (l'organisation, le fonctionnement ainsi que la performance). Il n'existe pas encore en Algérie de système d'informations consacré à la petite et moyenne entreprise, trop longtemps marginalisées au profit de la grande entreprise publique. L'organisation hiérarchique est de type patriarcal : le management est caractérisé par des rapports hiérarchiques de soumission du père à l'aîné (masculin) de manière générale. Le principe étant que l'autorité du père est indiscutable. La

Chapitre III: L'entrepreneuriat et l'entreprise Algérienne

caractéristique classique des PME de concentration du pouvoir autour de la personne du propriétaire-dirigeant est renforcée et même légitimée dans le contexte socioculturel algérien.

(FERRAH, KADI, 2012, P5)

- Le capital de l'entreprise, souvent constitué de fonds propres et de prêts informels au sein de la famille est considéré comme incessible. La gestion du patrimoine est marquée par la prudence et la sécurité. Le recours aux capitaux étrangers (au cercle familial), le partenariat ou la fusion sont des pratiques non encore utilisées.
- La majorité des PME algérienne souffrent d'un retard technologique. Afin de faire diminuer les coûts d'investissement, diverses PME optent pour un matériel peu développé, ce qui les conduit à des conditions de production peu performantes.

Toutes ces caractéristiques visibles dans la PME algérienne sont le produit de l'histoire d'un environnement socioculturel et économique qui cause beaucoup de problèmes à l'amélioration et la promotion de la PME en Algérie. **(FERRAH,KADI,2012, P5).**

III.5. Les différents dispositifs d'aides dédiés au développement des PME :

Dans le même Village, une véritable volonté politique de promotion des petites et moyennes entreprises en Algérie est traduite par la loi d'orientation et de promotion des PME de 2001 qui offrent de nombreux avantages et d'opportunités, à savoir la création d'entreprise par le biais de divers dispositifs : la CNAS, ANGEM, ANSEJ et ANDI.

III.5.1. La Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAS) :

La CNAS qui a été initialement créée pour prendre en charge les chômeurs licenciés des entreprises publiques, se transforma en 2004 en dispositif œuvrant à soutenir ceux porteurs de projets d'investissement. Donc, elle prend en charge le dispositif de soutien à la création et l'extension d'activités réservées aux chômeurs promoteurs de 30 -50 ans, ayant perdu leur emploi, vise à évaluer et à valoriser l'expérience professionnelle des futurs promoteurs en situation d'absence de justificatif de qualification (certificats de qualification, diplômes ou certificat de travail) , elle offre aussi un accompagnement pour les promoteurs et inclut un système de prêt initial à taux 0 et prêts à taux bonifié .**(MERHOUN,BENHALIMA,2019,P4).**

III.5.2. Agence Nationale de Gestion du Microcrédit (ANGEM) :

Elle développe un dispositif (le micro crédit), destiné à tout citoyen de plus de 18 ans sans revenus ou disposant de revenus instables et irréguliers ainsi qu'aux femmes au foyer, visant le développement des capacités individuelles des personnes à s'auto-prendre en charge en créant leur propre activité. Le microcrédit est un prêt permettant l'achat d'un petit équipement (apport personnel de 1% du coût global fixé à 1 million DA, financement bancaire 70% et un prêt non rémunéré (sans intérêts) de 29% de la part de l'ANGEM) et des matières premières (financement à 100% pour un coût global ne dépassant pas 100 000 DA) de démarrage pour exercer une activité ou un métier. (MERHOUN,BENHALIMA,2019, P4)

III.5.3. L'Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI) :

A partir de 2001, l'ANDI remplacera l'APSI (L'Agence de Promotion, de Soutien et de suivi de l'Investissement) qui fut créée en 1993. Elle constitue une institution gouvernementale qui a pour mission la facilitation, l'accompagnement de l'investissement et de la création d'entreprises à travers des régimes d'incitation qui s'articulent essentiellement autour de mesures d'exonération et de réduction fiscale, deux régimes d'avantages sont prévus : soit le régime général qui s'applique aux investissements courants réalisés en dehors des zones développées soit le régime dérogatoire qui s'applique aux investissements courants réalisés dans les zones à développer et à ceux présentant un intérêt particulier pour l'état. (MERHOUN,BENHALIMA, 2019, P5)

III.5.4. L'Agence Nationale de Développement de la PME (ANDPME) :

Afin d'améliorer l'environnement des entreprises de petite taille et afin de contribuer à leur développement, un programme mis en œuvre, cofinancé par l'Union Européenne en 2000 est mis en place ; ce dernier mène à la création de l'Agence Nationale de Développement de la PME(ANDPME) par décret exécutif n° 05 165 du 03 mai 2005. Sous tutelle du ministère de l'industrie de la PME et de la promotion de l'investissement, cette agence été chargée de la mise en œuvre du programme national de mise à niveau des structures visant l'encouragement et l'aide des PME. (MERHOUN, BENHALIMA,2019, P5)

III.5.5. Le fonds de Garantie des Crédits aux PME (FGAR) :

Le FGAR est une institution publique qui a pour rôle de faciliter l'accès des PME aux financements bancaires lors du lancement de projets de création ou de développement d'activité, en accordant des garanties de crédits aux banques. (LAIB, BENREDJEM, 2017).

En effet, la PME et les différents dispositifs ont joué un rôle important et indispensable dans le tissu économique car ils participent activement au développement de l'innovation, et à la création de l'emploi et ont contribué à la renaissance de l'entrepreneuriat sous ses diverses formes que ce soit des petites entreprises ou de moyennes entreprises.

Un changement radical oriente les pays vers une nouvelle organisation dont l'objectif est d'encourager et de développer l'esprit d'entreprise. (LEGHIMA, DJEMA, H2014, 73-98).

III.6. Les startups et développement économique en Algérie :

D'après le site algérien « l'entrepreneur algérien » les start-up peuvent accélérer l'économie algérienne.

III.6.1. Tics :

- Faciliter la vie quotidienne du citoyen algérien dans sa relation avec l'administration en réduisant le temps d'attente pour la délivrance des documents administratifs.
- Faciliter la gestion administrative et la communication entre les institutions étatique en disposant des plats es formes numériques centralisées.
- Optimisé la gestion et la communication au seins des entreprises algériennes. (DJEKIDEL, DOUA, MERRAD, 2021, P'422).

III.6.2. Éducation :

- Généraliser l'utilisation des supports numériques dans l'économie algérienne.
- Favoriser l'accès à la connaissance en créant des bibliothèques virtuelles.
- Généraliser l'utilisation des e-Learning.

(DJEKIDEL, DOUA, MERRAD, 2021, P'422)

III.6.3. Transport :

- Améliorer la fluidité de la circulation en utilisant les dernières technologies des start-up en termes de réseaux de neurones et de suivi du trafic en temps réel.
- Améliorer le quotidien des citoyens algériens en affichant les heures d'arrivées et de départs du transport en commun en temps réel.
- Améliorer le suivi des marchandises grâce à la traçabilité en temps réel.

(DJEKIDEL,DOUA,MERRAD,2021, P'422)

III.6.3. Santé :

- Optimiser la gestion des hôpitaux en matière de prise de rendez-vous, de suivi des dossiers des patients.
 - Cartographier le réseau de santé algérienne afin de permettre au citoyen de situer rapidement le centre médical dont il a besoin.
 - Améliorer la relation hôpital citoyen en diminuant l'attente et le manque d'orientation.
- (DJEKIDEL,DOUA, MERRAD,2021,P'423)

III.7. Les start-up en Algérie :

Les phases de création d'une start-up :

(https://www.esi-sba.dz/fr/wp-content/uploads/2021/04/guide_start_up_2020_fr.pdf)

III.7.1. Le plan d'affaire :

L'élaboration d'un plan d'affaires est indispensable pour les projets de création d'entreprises, ce plan représente un outil de structuration car il fixe la stratégie de l'entreprise, les objectifs et les instruments de contrôle pour guider l'entreprise, c'est aussi un outil de présentation, car ce dernier permet au porteur de projets de communiquer son projet aux fournisseurs (investisseurs et autres) d'investir dans l'entreprise.

Le plan d'affaire ne doit comporter que 20 à 30 pages.

- Un résumé ou bien une présentation du business plan
- Une présentation du portrait de l'entreprise à créer (CV des gestionnaires et décideurs, forme juridique.)

- Une présentation des produits et services proposés
- Une étude de marchés (taille, taux de croissance, clientèle.)
- Une analyse SWOT (opportunités, risque)
- Le plan marketing et commercial un plan financier.

(https://www.esi-sba.dz/fr/wpcontent/uploads/2021/04/guide_start_up_2020_fr.pdf)

III.8. Structure d'appui à la création d'une start-up :

Elle offre aux porteurs de projets un appui en matière de formation, de conseils, de financements et les héberge jusqu'à la création de l'entreprise.

Les incubateurs sont présents au sein des universités telles que Blida, Guelma, El Oued, Annaba, Boumerdès et l'ENEP de Constantine, (conformément à l'article 11 du décret exécutif n 12-293 du Ramadhan 1433 correspondant au 21 juillet 2012).

III.8.1. La maison de l'entrepreneuriat :

Près de 58 maisons d'entrepreneuriat sont installées au sein des universités grâce à des partenariats universités - ANSEJ, couvrant le territoire national. La maison de l'entrepreneuriat a pour mission de développer la culture entrepreneuriale chez les étudiants à travers la sensibilisation et le pré-accompagnement des étudiants porteurs de projets. (https://www.esi-sba.dz/fr/wp-content/uploads/2021/04/guide_start_up_2020_fr.pdf)

III.8.2. Les pépinières d'entreprises :

Sont des établissements publics à caractère industriel et commercial, placés sous la tutelle du ministre chargé de la petite et moyenne entreprise (conformément à l'article 2 du décret exécutif N° 03-78, du 24 Dhou El Hidja 1423 correspondant au 25 février 2003. Les pépinières se présentent sous l'une des formes suivantes :

- Les incubateurs : structure d'appui qui prend en charge les porteurs de projets dans la structure des services ;
- Les ateliers relais : structure d'appui qui prend en charge les porteurs de projet dans secteur de la petite industrie et les métiers d'artisanat ;

Chapitre III: L'entrepreneuriat et l'entreprise Algérienne

- Hôtel d'entreprise : structure d'appui qui prend en charge les entrepreneurs issus du domaine de la recherche ;

Enfin les pépinières d'entreprises ont pour mission d'accueillir, d'héberger et d'accompagner pour des périodes limitées dans le temps, des entreprises naissantes ainsi que les entrepreneurs ou bien les porteurs de projets, de gérer, de louer des locaux, d'offrir des représentations de services et des conseils. Les pépinières d'entreprises sont présentes au sein de 12 wilaya (Adrar, Batna, Biskra, Sidi bel Abbes, Annaba, Ouargla, Oran, El-Bayadh , Bordj Bou Arreridj , Khenchela , Mila et Ghardaïa) (https://www.esi-sba.dz/fr/wp-content/uploads/2021/04/guide_start_up_2020_fr.pdf)

III.8.3. Les accélérateurs :

Le terme accélérateur, désigne comme son nom l'indique un programme d'accompagnement à l'entrepreneuriat. Il s'adresse aux start-up en phase de croissance et leur permet d'intégrer un coworking ainsi qu'un réseau d'entrepreneurs et d'experts. En d'autres termes, les accélérateurs permettent de donner un « coup de booste » à la croissance des entreprises déjà existantes.

III.9. La différence entre un incubateur et un accélérateur d'entreprise :

D'après Miller et Bound (2011), les accélérateurs présentent cinq caractéristiques essentielles. En les accélérateurs de startups sont des structures d'accompagnement mettant en place des programmes d'une durée limitée, généralement 3 à 6 mois, investissent généralement dans une cohorte de start-up. (Cela permet des économies d'échelle) et favorise l'apprentissage par les pairs. Les participants sont colocataires, c'est-à-dire qu'ils se partagent l'espace mis à disposition. De plus, le mentorat tient une place centrale. Enfin, les accélérateurs investissent dans les start-up en échange d'une prise de participation. (REMY, 2020, p17)

Les incubateurs de start-up sont des organisations offrant différents services et ressources aux startups, tels que l'accès à un réseau, des espaces de travail ou encore de la consultance, afin de d'accélérer leurs développements. Les services offerts sont adaptés aux besoins des jeunes entreprises. L'objectif est que les entreprises sortant de l'incubateur deviennent indépendantes et financièrement viables afin de pouvoir survivre en dehors de l'incubateur. (REMY,2020, p7)

III.10. Les outils de financement d'un projet :

III.10.1. Autofinancement :

C'est un apport personnel ou familial serait un appui indiscutable pour la création d'entreprises.
(https://www.esi-sba.dz/fr/wp-content/uploads/2021/04/guide_start_up_2020_fr.pdf)

III.10.2. Les aides et subventions de l'état :

Le fond d'appui et de développement de l'écosystème « start-up » n302-150, publié dans la loi de finances pour 2020 (loi N° 19-14 du Rabie Ethani 1441 correspondant au 11 décembre 2019 portant loi de finances pour 2020) et la loi de finances complémentaire (loi n 20-07 du 12 Chaoual correspondant au 04 juillet 2020,couvrent les dépenses; le financement des études de faisabilité , de l'élaboration du business plan , des assistantes techniques , des frais liés à la création prototype, des formations , mais aussi de l'incubation des « start-up » et la promotion de l'écosystème start-up.
(https://www.esi-sba.dz/fr/wp-content/uploads/2021/04/guide_start_up_2020_fr.pdf)

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

Elle représente un organisme public qui accompagne les porteurs de projet dans la création et l'extension des micro-entreprises ; l'ANSEJ octroie une aide financière par l'apport de fonds sous forme de prêts, ce dispositif est soumis à conditions (https://www.esi-sba.dz/fr/wp-content/uploads/2021/04/guide_start_up_2020_fr.pdf)

La Caisse Nationale d'Assurance Chômage CNAS :

La CNAS est une institution publique de sécurité sociale, qui a mis en œuvre un dispositif de soutien à la création et à l'extension d'activités ciblant les chômeurs promoteurs âgés de 30 à 50 ans ; elle octroie une aide financière par l'apport de fonds sous forme de prêts, ce dispositif est soumis à certaines conditions.

(https://www.esi-sba.dz/fr/wp-content/uploads/2021/04/guide_start_up_2020_fr.pdf)

L'Agence Nationale de Gestion du Microcrédit – ANGEM :

Chapitre III: L'entrepreneuriat et l'entreprise Algérienne

Elle représente un organisme public à caractère spécifique qui octroie des microcrédits non rémunérés à des catégories de citoyens âgés de plus de 18 ans, sans revenus ou bien disposant de petits revenus instables et irréguliers, ce dispositif est soumis à condition.

III.10.3. Les prêts bancaires :

Le porteur de projet peut recourir à un prêt bancaire pour financer son projet de création.

III.10.4. La prise de participation au capital :

SOFINANCE, société financières d'investissements, de participations et de placement, est un établissement financier public, son activité couvre la participation au capital, c'est un financement qui consiste en des apports en numéraires aux fonds propres des entreprises en création, développement et restructuration. SOFINANCE devient un actionnaire actif et cède ses parts sociales au terme d'une période définie dans le pacte des actionnaires. L'objectif principal assigné à SOFINANCE est de contribuer à la consolidation et à la relance de l'économie en instaurant une nouvelle démarche dans le financement des entreprises. (www.sofinance.dz).

- El Djazair Istithmar, société de capital d'investissement, elle représente une filiale de deux banques publiques en l'occurrence la BADR et la CNEP Banque.
Son activité couvre la participation en numéraire, minoritaire et temporaire dans le capital social d'une petite ou moyenne entreprise.
- Finalep, la financière Algéro-européenne de participation, est une société par action regroupant la banque de développement local, le crédit populaire d'Algérie et l'agence française de développement (28,73).
- Filiale de la Banque Nationale d'Algérie (BNA)
- Filiale de la Banque d'extérieur d'Algérie
- Les business angels sont des personnes physiques qui investissent à titre individuel au capital d'une entreprise innovante à fort potentiel de croissance et qui, en plus de son appui financier, met gratuitement à la disposition de l'entrepreneur, ses compétences, son expérience, ses réseaux de relations, à titre d'exemple casbah business angles.

(https://www.esi-sba.dz/fr/wp-content/uploads/2021/04/guide_start_up_2020_fr.pdf)

III.10.5. Gain des concours :

La participation à un concours constitue une possibilité de financer son projet, il existe plusieurs concours pour les porteurs de projets innovants, qui sont organisés par des institutions publiques et privés, dont les gagnants remportent en général un prix sous forme d'un capital (argent).

III.10.6. Le financement participatif :

Ce mode de financement fait appel à « internet » et aux « réseaux sociaux » pour mettre en relation des porteurs de projets avec des particuliers qui souhaiteraient les aider et les soutenir.

III.11. Les formes juridiques de création d'entreprises :

III.11.1. Le statut juridique de la start-up :

C'est le fait de choisir une forme juridique la plus adaptée et déterminante dans le développement d'un projet d'entreprise, c'est une étape d'une grande importance que l'entrepreneur devra étudier soigneusement, en prenant en considération de nombreux facteurs et dimension tels que le nombre d'associés, la protection patrimoine, l'ampleur du projet, le capital, et la fiscalité, etc. (https://www.esisba.dz/fr/wpcontent/uploads/2021/04/guide_start_up_2020_fr.pdf)

On distingue deux formes juridiques :

- L'entreprise individuelle (personne physique).
- L'entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée nommée (EURL) qui représente une société de personnes dont le capital social minimum exigé est de « 100000 » DA.

(https://www.esi-sba.dz/fr/wp-content/uploads/2021/04/guide_start_up_2020_fr.pdf)

Si l'entrepreneur crée son entreprise avec un ou plusieurs associés, on distingue plusieurs formes juridiques :

III.11.1.1. Société au Nom Collectif (SNC) :

Les sociétés en nom collectif sont l'équivalent de « la personne physique » à plusieurs, cette forme engage la responsabilité personnelle de chaque associé, les prises de décisions dans ce genre de société, requièrent l'unanimité des associés.

Chapitre III: L'entrepreneuriat et l'entreprise Algérienne

Autrement dit la société en nom collectif (QNC) c'est une société de personnes, qu'on trouve généralement au sein dans les entreprises familiales. Le nombre minimum d'associés est de deux

III.11.1.2. Société à Responsabilité Limitée (SARL) :

La Société à Responsabilité Limitée, est l'un des formes les plus courante en Algérie, ce statut est adapté particulièrement à la création de petites et moyenne entreprises, c'est une société de capitaux dont le capital social est de 1000 000 DA, avec 2 à 7 associés, elle est gérée par un gérant ou bien un salarié. (https://www.esi-sba.dz/fr/wp-content/uploads/2021/04/guide_start_up_2020_fr.pdf)

III.11.1.3. Société par Actions (SPA) :

La société par Action désigne une société dont le capital est divisé en actions, le capital social exigé est de 5, 000,000 DA, en cas d'appel à l'épargne publique il est de 1, 000,000 DA. Le nombre d'associés est de (7 sept).

(https://www.esi-sba.dz/fr/wp-content/uploads/2021/04/guide_start_up_2020_fr.pdf)

III.11.1.4.SCS et la SCA :

Cette forme hybride se compose de type d'associés : les commanditaires. Pour la SCA 3 associés au minimum, et les commandités, cette forme est intéressante par le fait que les commanditaires peuvent entrer au capital de l'entreprise sans que les commandités n'en perdent le contrôle, le capital social est de 5, 000,000.

(https://www.esi-sba.dz/fr/wp-content/uploads/2021/04/guide_start_up_2020_fr.pdf)

III.12. Condition d'attribution du label start-up :

- Le label start-up est attribué à chaque société de droit algérien, en respectant les critères suivants :
- La société ne doit pas exister depuis plus de 8 ans
- Le modèle d'affaires de la société doit s'appuyer sur des produits, des services, le business modèle.
- Le chiffre d'affaires annuel ne doit pas dépasser le montant fixé par le comité national.

Chapitre III: L'entrepreneuriat et l'entreprise Algérienne

- Le capital social doit être détenu à 50 pourcent au minimum par des personnes physiques, des fonds d'investissement agréés ou bien par d'autres sociétés disposant du label start-up.
- Le potentiel de croissance de la société doit être suffisamment important.
- La société ne doit pas avoir plus de 250 employés.

(https://www.esi-sba.dz/fr/wp-content/uploads/2021/04/guide_start_up_2020_fr.pdf)

Le label start-up est assuré par le comité national de labellisation des startups des projets innovants et des incubateurs, créé par le ministère chargé des start-up, et cela en répondant aux 8 critères et ce label start-up est obtenu en déposant une demande via le portail électronique national des start-up.

(https://www.esisba.dz/fr/wpcontent/uploads/2021/04/guide_start_up_2020_Fr.pdf)

III.13. La durée et la validité du label start-up :

Le label start-up est octroyé à la société pour une durée de quatre ans ; le renouvellement ne peut être accordé qu'une seule fois de même qu'il peut être attribué « projet innovant », conformément au décret exécutif n 20-254 du 27 Muharram 1442 correspondant au 15 septembre 2020 portant la création du comité national de labellisation des « start-up », des « projets innovants » et des « incubateurs » et fixant ses missions, sa composition et son fonctionnement. Toute personne physique ou groupe de personnes physiques peut prétendre à ce label pour tout projet se rapportant à l'innovation ; pour cela, il faut déposer une demande via le portail électronique national des start-up accompagnées des documents suivants :

- Une présentation scientifique du projet et ses aspects d'innovation ; les éléments démontrant le fort potentiel de croissance économique.
- Les qualifications scientifiques ou techniques et l'expérience de l'équipe en charge du projet ;
- La preuve de concepts est une réalisation expérimentale concrète et préliminaire, courte ou incomplète d'une certaine méthode ou idée pour démontrer sa faisabilité, elle est habituellement considérée comme une étape importante sur la voie d'un prototype pleinement fonctionnel.
- Propriété intellectuelle désigne les œuvres littéraires et artistiques et les emblèmes, noms et images utilisés dans le commerce.
- Start-up est une jeune entreprise innovante, notamment dans le secteur des nouvelles technologies, qui présente un potentiel important de croissance.

[\(\[https://www.esisba.dz/fr/wcontent/uploads/2021/04/guide_start_up_2020_fr.pdf\]\(https://www.esisba.dz/fr/wcontent/uploads/2021/04/guide_start_up_2020_fr.pdf\)\)](https://www.esisba.dz/fr/wcontent/uploads/2021/04/guide_start_up_2020_fr.pdf)

Conclusion du chapitre

Enfin l'entrepreneuriat reste un champ vaste, caractérisé par des nouvelles formes entrepreneuriales telles que les start-up qui ont boosté l'économie et la jeune main d'œuvre ; ces nouvelles entreprises innovantes passent par un long processus afin d'arriver à la concrétisation et le lancement du projet en démontrant l'impact et le rôle de la PME, les différents dispositifs de création dans la création et la protection de la start-up.

*Chapitre IV : présentation des entreprises
des entrepreneurs enquêtés et leurs
parcours professionnels*

Chapitre IV : présentation des entreprises des entrepreneurs enquêtés et leurs parcours professionnels

Chapitre IV : présentation des entreprises des entrepreneurs enquêtés et leurs parcours professionnels

Préambule :

Nous visons, à travers ce chapitre, présenter les entrepreneurs enquêtés forme juridique d'entreprise, créée, la date de création, les activités ainsi que le nombre d'employés et les données personnelles de nos enquêtés à savoir leurs âges, leurs niveaux d'instruction).

IV.1. Présentation des entreprises et caractéristiques des entrepreneurs enquêtés :

De ce qui suit, nous allons présenter les entrepreneurs qui ont collaboré à notre enquête et nous avons rassemblé 07 entreprises réparties sur tout le territoire algérien.

IV .1.1. EURL « Piassa » :

Année de création : 2013.

Activité de l'entreprise : vente de pièces de rechanges automobiles.

Statut juridique : entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée.

Nombre d'employés : 07.

IV.1.2. EURL « DG Machines » :

Année de création : 2021.

Activité de l'entreprise : soudure de profils PVC.

Statut juridique : entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée.

Nombre d'employés : 11.

Chapitre IV : présentation des entreprises des entrepreneurs enquêtés et leurs parcours professionnels

IV.1.3. EURL « Écochard » :

Année de création : 2020.

Activité de l'entreprise : Transformation de marc de café pour fabriquer du charbon.

Statut juridique : entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée.

Nombre d'employés : 04.

IV.1.4. EURL « Shedio design solutions » :

Année de création : 2021.

Activité de l'entreprise : fabrication d'appareils reconstituant des sites historiques en 3D.

Statut juridique : entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée.

Nombre d'employés : 03.

IV.1.5. EURL « dispositif d'irrigation de la chirurgie endoscopique » :

Année de création : 2022.

Activité de l'entreprise : fabrication de dispositifs médicaux chirurgicaux.

Statut juridique : entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée.

Nombre d'employés : 01.

IV.1.6. EURL « Steam » :

Date de création : 2020

Activité de l'entreprise : domaine des nouvelles technologies et de l'ingénierie.

Statut juridique : entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée.

Nombre d'employés : 07.

Chapitre IV : présentation des entreprises des entrepreneurs enquêtés et leurs parcours professionnels

IV.1.7. EURL « Tranfal » :

Année de création : 2020.

Activité de l'entreprise : domaine des transports, livraisons, covoiturage et colis-voiturage.

Statut juridique : établissement physique.

Nombre d'employés : 03.

IV.1.8. EURL (réalité virtuel) :

Année de création : 2021.

Activité de l'entreprise : domaine technologique et digital.

Statut juridique : entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée.

Nombre d'employés : 03.

IV.2. Caractéristiques socioprofessionnelles des entrepreneurs enquêtés :

De ce qui suit, nous allons exposer les caractéristiques socioprofessionnelles des entrepreneurs interrogés comme l'âge, le sexe, situation familiale, niveau d'instruction, profession des parents : l'expérience professionnelle.

Tableau 1: Répartition de l'entrepreneur enquêtées selon l'âge

L'âge des enquêtés	Fréquence
20-28 ans	04
29-37 ans	04
Total	08

On constate d'après ce tableau que l'âge des enquêtés varie entre 20 et 38 ans répartis en 2 catégories :

Chapitre IV : présentation des entreprises des entrepreneurs enquêtés et leurs parcours professionnels

La première concerne ceux ayant entre [20 et 28 ans], catégorie qui domine notre échantillon avec une fréquence de 04, le jeune âge caractérise cette catégorie, leurs attirances vers l'entrepreneuriat est assez conséquente. Cette catégorie s'illustre comme étant la plus entrepreneuriale.

La seconde catégorie [29-39 ans] avec une fréquence de (04), comprend les porteurs de projets ayant un âge avancé, chose qui s'explique par l'acquisition d'expérience dans le domaine professionnel en assurant plusieurs fonctions entre avant de se lancer dans la création d'entreprises.

L'expérience professionnelle joue un rôle majeur dans le parcours entrepreneurial. En effet, c'est au cours de cette expérience professionnelle, qui est généralement dans le même secteur d'activité du projet de création, que la majorité des entrepreneurs ont identifié leurs idées de projets et ont exploité des opportunités d'affaires.

Tableau 2: Répartition des enquêtes selon le sexe

Sexe	Fréquence
Masculin	06
Féminin	02
Total	08

Nous constatons à travers ce tableau que le sexe qui domine notre échantillon est le sexe masculin avec une fréquence de (06). et le sexe féminin est présent avec une fréquence de (02).

Tableau 3: Répartition des enquêtes selon leurs situations familiales

Enquêté	Marié (e)	Célibataire	Total
Fréquence	03	05	08

Selon les résultats traités dans ce tableau il ressort que sur 08 entrepreneurs enquêtés, 05 ont déclaré qu'ils sont célibataires et les 03 autres qu'ils sont mariés. Et l'un de nos enquêtés a confirmé que sa femme travaille avec lui dans le même domaine qui est la création d'une entreprise innovante « start-up ». et un autre nous a confié que son épouse travaille dans le secteur de l'éducation nationale comme enseignante de la langue Tamazight et en parallèle fait de l'entrepreneuriat féminin et artisanal dans la pâtisserie moderne, un autre entrepreneur nous révèle que son épouse est une femme au foyer.

Chapitre IV : présentation des entreprises des entrepreneurs enquêtés et leurs parcours professionnels

On constate donc que certains enquêtés avec une fréquence de 05 sont célibataires mais ils ont pu assumer leurs responsabilités à l'égard de leurs entreprises et leurs employés.

IV.3. Niveau d'instruction des enquêtés :

En partant de l'analyse des différents entretiens, on constate que le niveau d'instruction de nos enquêtés est élevé, certains d'entre eux ont un diplôme universitaire, il est réparti comme suit : avec une fréquence de 07, un licencié avec une fréquence de (01), on remarque que la première catégorie ont obtenu des diplômes master dans divers domaines : une fréquence de (01) la maintenance industrielle en électricité, une fréquence de (01), en hôtellerie, (02) science commerciale, (01) en génie environnemental, (01) aux écoles des beaux-arts, (01) en sciences infirmières, (01) polytechnique.

Ce niveau élevé de formation des entrepreneurs innovateurs a été aussi souligné par Danjou et al. (1999), de même cette formation de haut niveau, comme le pense Bernasconi (2000), distingue les entrepreneurs innovateurs des autres entrepreneurs classiques. (GASSE ET D'AMOURS, 2000)

Ces entrepreneurs sont la plupart des cas issus des écoles supérieures mettant l'accent sur l'importance de l'aspect pratique dans leur formation.

On déduit alors, que la création d'entreprises innovantes exige un niveau d'instruction assez élevé, vu que cette forme d'entreprise demande de multiples connaissances dans le domaine informatique et technique. Le niveau requis par nos enquêtés répond en partie aux exigences techniques de la création d'une start-up.

IV.4. Profession des parents des entrepreneurs interrogés :

On a déduit d'après les résultats obtenus que sur 08 entrepreneurs, (07) ont déclaré qu'ils appartiennent à des familles où le père travaille et la mère est femme au foyer, et un enquêté a déclaré "mes parents tous les deux sont des salariés". Donc on déduit que malgré que l'un des entrepreneurs ait des mères au foyer ça ne les a pas empêchés de réaliser leurs projets.

Chapitre IV : présentation des entreprises des entrepreneurs enquêtés et leurs parcours professionnels

Tableau 4: Répartition des enquêtes selon l'année de création des entreprises

Année de création	2013	2020	2021	Total
Nombre d'enquêtés	01	03	04	08

D'après les résultats de ce tableau on a constaté qu'un seul entrepreneur a pu créer son entreprise depuis l'année 2013 ; et a su innover et lancer son application en 2020 malgré la pandémie (covid19) en créant une application nommée « Piassa » une application qui offre la disponibilité des pièces de rechanges automobile de tous types, à n'importe quel moment et qui assure la livraison et l'originalité dans tout le pays.

En 2020 (03) enquêtés ont réussi à créer leurs propres entreprises, l'un d'entre eux dans le secteur de la production et transformation du charbon et l'autre dans le secteur des nouvelles technologies et de la recherche scientifique et l'ingénierie (Steam en anglais) pour améliorer le système éducatif en Algérie. Et la SARL « Tranfal » spécialisée dans les transports.

En 2021, (04) nouveaux entrepreneurs ont pu créer leurs entreprises dans la réalité virtuelle et un autre dans la maintenance de machines industrielles, c'est-à-dire un système d'automatisation électromécanique qui permet le maintien facile des matériaux de fabrication du PVC, un autre enquêté a inventé un dispositif médical révolutionnaire en chirurgie endoscopique qui fait gagner du temps aux chirurgiens en réduisant la durée de l'intervention chirurgicale, et une autre enquêtée a pu inventer un appareil est nommé « Shédio » qui propose une reconstitution des sites historiques en 3D.

IV.5. Statut juridique des start-up :

D'après les déclarations des enquêtés, on constate que (07) entrepreneurs confirment avoir le statut juridique (EURL) c'est-à-dire "l'entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée". "*C'est une société de personnes ou le capital social minimum exigé est de 100000 DA*". En Algérie la législation stipule que les biens personnels du créateur seront distincts de ceux de l'entreprise et il ne répondra des dettes de l'entreprise qu'à concurrence du capital social. Et une seule entreprise possède le statut juridique (personne physique) d'entreprise individuelle. "*L'entreprise Individuelle est donc définie comme étant une entreprise exploitée par une personne physique dont l'objet est d'exercer une profession libérale ou activité économique*". L'entreprise est alors indissociable de la personne qui l'a

Chapitre IV : présentation des entreprises des entrepreneurs enquêtés et leurs parcours professionnels

créée : l'entreprise individuelle, avec ces différentes déclinaisons. (<https://www.inpi.fr/personne-physique-et-personne-morale-definition>)

D'après les résultats, le statut juridique adéquat à la start-up est celui de l'entreprise unipersonnelle à responsabilités limitée (EURL).

Tableau 5: Effectif des entreprises

Nombre de personnes employés	Fréquence	Pourcentage (%)
De 1 à 09	07	0,48
De 10 et plus	01	0.08
Total	08	0,56

Les données de ce tableau démontrent nettement que très petite entreprise (moins de 10 salariés) prédomine avec une fréquence de 07.

La petite entreprise qui emploie de 10 à 49 salariés occupe le second rang avec une fréquence de 01 comme l'EURL de production et de vente des machines à souder automatique de profil PVC qui emploie 11 salariés.

À partir de là, nous déduisons que les entrepreneurs des entreprises innovantes participent activement à la vie économique, en créant des postes d'emplois, ce qui permettra de réduire le taux de chômage, et d'amélioration le quotidien par les différents services offerts ; c'est aussi une motivation aux autres porteurs de projets qui sont dans ces entreprises comme employés à se lancer dans le domaine de l'entrepreneuriat.

Tableau 6: Répartition des entrepreneur interrogés selon l'expérience

Les entrepreneurs qui ont déjà travaillé	Fréquence
Déjà travaillé	06
Jamais travaillé	03
Total	08

Chapitre IV : présentation des entreprises des entrepreneurs enquêtés et leurs parcours professionnels

Les résultats de ce tableau dévoilent que certains entrepreneurs, ont déjà travaillé avant de créer leurs entreprises dans les divers domaines (éducation, commerciale, industrielle) avec une fréquence de 05.

Un enquêté déclare *“j’ai travaillé durant 6 mois en tant que professeur d’anglais”*, âgé de 25 ans .

Un autre enquêté déclare *“j’ai travaillé durant 4 ans responsable marketing”*, âgé de 30 ans.

Un enquêté déclare *“j’ai travaillé pdurant5 ans dans l’hôtellerie et la restauration”*, âgé de 35 ans.

Un enquêté déclare *“j’étais gérant dans une entreprise industrielle”*, âgé de 34 ans.

Un enquêté exerce *“le métier d’infirmier, âgé de 37 ans.*

Un entrepreneur déclare *“J’ai une expérience de 10ans dans I.b.c”*

Ces entrepreneurs ont acquis des expériences et des connaissances professionnelles avant de lancer leurs entreprises. En effet, les expériences acquises dans les différents secteurs d’activités ont eu un impact important sur la création des PME.

Ensuite vient 02 entrepreneurs, déclarent qu’ils exercés aucune activité professionnelle avant la création de leurs entreprises, et ne possèdent pas d’expériences dans le domaine, d’après eux c’est un domaine nouveau dans lesquels ils se sont lancés afin d’arriver à la réalisation des objectifs visés.

D’après les résultats, l’expérience professionnelle joue un rôle important dans la création de l’entreprise ainsi la réussite de cette dernière, car les entrepreneurs déclarent que cela influe sur leurs performances et compétences et leur permet d’acquérir des connaissances.

Conclusion du chapitre :

Selon les déclarations de nos enquêtés, on remarque que la création d’entreprises n’exige pas un âge précis, que l’entrepreneur peut être issu d’une famille simple ou seulement le père travaille mais cela peut être un facteur de motivation et de réussite, qui met ainsi l’accent sur l’importance d’avoir niveau d’instruction élevé pour réussir dans le domaine choisi et qui démontre le rôle de l’expérience professionnelle dans la création de l’entreprise.

Chapitre IV : présentation des entreprises des entrepreneurs enquêtés et leurs parcours professionnels

*Chapitre V : processus de la création et
la gestion de l'entreprise*

Chapitre V : processus de la création et la gestion de l'entreprise

Chapitre V : processus de la création et la gestion de l'entreprise

Préambule

Dans ce chapitre nous allons expliquer le processus de création de l'entreprise, l'origine de l'idée, les aides financières et matériels investies dans la création, le choix d'activités, et les difficultés rencontrées, ainsi que le fonctionnement du travail.

V.1. La création d'entreprise par les entrepreneurs enquêtés :

Dans ce qui suit, nous allons aborder le processus de la création de l'entreprise, le moment du lancement et les motivations, les moyens financiers et matériels investis.

V.1.1. Le processus de la création de l'entreprise :

Dans cette étape on présentera le processus de création de l'entreprise innovante en commençant par l'idée.

D'après les résultats récoltés, 05 enquêtés ont déclaré qu'ils ont eu l'idée par rapport à leurs domaines d'études et à l'environnement professionnel, comme l'a confirmé l'un des enquêtés âgé de 25 ans ; *“j'ai eu l'idée par rapport à mon domaine d'étude de recyclage du plastique mais j'ai décidé de faire autrement j'ai eu l'idée de transformer marc de café en charbon et de créer d'autres produits d'une grande valeur énergétique”*.

Deux enquêtés sur 08 confirment qu'ils se sont lancés dans le domaine des start-up mais n'ont pas réussi dès la première fois et ont décidé de tenter une autre fois et corriger les erreurs précédentes , l'un deux âgé de 34 ans, confirme que *“le choix d'activité en rapport à mon domaine d'études”* , et un autre enquêté âgé de 35 ans confirme que *“le choix d'activité et cette idée n'ont jamais été proposée, ou réalisée, auparavant donc ce qui a créé le besoin, la recherche et la disponibilité de la pièce, ce projet ne sera pas affecté par des problèmes sanitaires dus au (covid19)”*.

Un enquêté se lance dans la réalisation de son invention dans le domaine chirurgical par rapport à sa profession (infirmier) âgé de 37 ans afin de minimiser le temps.

Chapitre V : processus de la création et la gestion de l'entreprise

On constate que tout projet de création d'entreprises commence par une idée, première étape de la création d'une start-up est la recherche d'une idée. Lors de cette phase, il faut s'assurer qu'elle est pertinente, unique et nouvelle. Pour se faire, il peut être pratique de réaliser un « benchmark », autrement dit, une étude comparative et une étude de marché. Il est également nécessaire de vérifier si l'idée de start-up correspond à au projet, aux compétences, aux qualifications du créateur. (ZIOUAL,P2).

Le Start-upper doit s'assurer que l'idée pourrait être, à terme, rentable, afin d'ajuster ses services ou ses produits. Ceux qui créent dans des domaines qu'ils connaissent ont généralement plus de chances de réussir.

V.1.2. Le moment du lancement

D'après les entretiens réalisés, on constate que 05 enquêtés ont décidé de se lancer dans la création de leurs entreprises après avoir achevé leurs parcours universitaires, et ils ont eu un contact direct avec la réalité professionnelle, comme l'a confirmé l'un des enquêtés âgé de 25 ans *“ je me suis lancé dans la création de mon entreprise après avoir eu mon master 2 et j'ai cherché un travail mais j'ai renoncé et j'ai opté pour la création d'une entreprise innovante »*.

D'après les données collectées, 02 enquêtés ont décidé de se lancer après la pandémie (covid19) et ils ont activé durant la période du confinement afin de se lancer directement dans la commercialisation de leurs services, comme l'a confirmé l'un d'eux *“j'ai décidé de se lancer après que ma première création a vu le mauvais jour avec l'arrivée du (covid19) et j'ai décidé de me lancer dans un autre domaine qui ne sera pas infecté par tel phénomène”*.

Une enquêtée a dit : *“j'ai décidé de me lancer après avoir travaillé durant 4 ans dans une entreprise, puis je me suis arrêtée pour lancer ma propre start-up”*.

On constate donc que le moment du lancement de la start-up est la phase finale de la création d'une entreprise. Elle rassemble les démarches relatives à la création d'une société. Elle comprend plusieurs phases du choix du statut juridique à la l'immatriculation de la start-up. Les formalités à remplir dépendent de la forme juridique choisie. De manière générale, elles comprennent la rédaction des statuts de la start-up ; le dépôt et l'enregistrement des statuts, la déclaration des activités de l'entreprise, la publication portant constitution de la start-up dans un journal d'annonces légales et son

Chapitre V : processus de la création et la gestion de l'entreprise

immatriculation. Toutefois, les démarches de création d'entreprises sont souvent difficiles à réaliser. (ZIOUAL, P4).

V.1.3. Business plan des entrepreneurs :

Certains enquêtés (05) ont évité de répondre à cette question, selon eux, ils ne peuvent donner aucune information ou bien dévoiler leur modèle d'affaires.

D'après l'un des enquêtés, *“je fais la vente directe de mon produit parce que je suis dans le domaine de la production et je ne possède pas de plan d'affaire compliqué”* âgé de 25 ans. Le modèle d'affaires le plus répandu est évidemment la production et la vente de produits ou services générant une marge. (<https://www.definitions-marketing.com/definition/modele-d-affaires/>)

De manière plus simple, Rappa (2001) est d'avis qu'un modèle d'affaires est la méthode par laquelle une compagnie fait affaire de manière à survivre, c'est-à-dire à générer des revenus. En précisant où l'entreprise se positionne dans la chaîne de valeur de la filière. Rappa a également élaboré un système de classification pour les modèles d'affaires (regroupant 29 types de modèles d'affaires en 9 catégories), mais celui-ci s'en tient uniquement au mode de génération de revenus sans réellement tenir compte de l'ensemble de la chaîne de valeur.

V.2. Les raisons qui ont motivés les entrepreneurs :

Tableau 7: Répartition des entrepreneurs selon motivation

Motivations	Fréquences
Avoir une indépendance économique	12
Avoir une reconnaissance sociale	02
Être serviable	08
Réanimer l'économie de l'Algérie	13
Devenir patron	03
Total	38

Le total est supérieur à 08 vu la pluralité des réponses

Chapitre V : processus de la création et la gestion de l'entreprise

D'après les résultats de notre enquête, certains enquêtés ont déclaré avoir créé leurs entreprises pour avoir une certaine indépendance économique avec une fréquence de 12, nous comprenons par-là que ces entrepreneurs trouvent en la création d'entreprise un moyen qui leur garantira une indépendance financière.

Avoir une reconnaissance sociale peut être aussi un facteur de motivation, car chaque individu cherche à s'identifier dans un groupe ou dans le milieu professionnel, comme l'a confirmé l'un des enquêtés *“tous mes frères sont indépendants et respectés par notre entourage et je veux garder toujours cette réputation”*.

Être serviable pour la société est l'un des buts fixés par les entrepreneurs par une référence de 08, apporter un aspect de solidarité et renforcer les liens avec la société, comme l'a confié l'un des enquêtés *“le client est un roi, et je veux apporter un certain confort au quotidien”*.

Réanimer l'économie nationale avec une fréquence de 13, l'Algérie est un pays caractérisé par sa jeune population, et ces entrepreneurs cherchent à donner un nouveau souffle à l'économie, à absorber le chômage, par cette réanimation, ils espèrent à exporter leurs produits et renforcer l'économie du pays et minimiser au maximum l'importation des produits, selon quelques enquêtés.

Devenir patron avec une fréquence de 03, est un facteur qui dote d'une certaine importance car il participe à la motivation, certains entrepreneurs ont créé leurs entreprises dans le but d'être autonome dans le travail, être chef de sa propre entreprise et non pas salarié dans une entreprise traditionnelle.

On constate donc que ces entrepreneurs sont motivés principalement par l'indépendance économique et par la réanimation du secteur économique de national.

V.3 Les formations nécessaires selon les entrepreneurs :

On déduit d'après les résultats que 04 enquêtés ont cité quatre formations, tout d'abord il faut avoir l'esprit de l'entrepreneuriat et des formations dans divers domaines tel que le marketing, le management, gestion et la commercialisation avec une fréquence de 8, formation essentielle pour un entrepreneur.

Chapitre V : processus de la création et la gestion de l'entreprise

Certains enquêtés (03) ont déclaré qu'un vrai entrepreneur sait quoi faire, il n'a pas besoin de formation car il peut être un gérant, un ouvrier, un comptable, un commercial, et doit toujours avoir un plan de travail toujours avec une fréquence de 09.

Un enquêté a raconté son parcours au sein de l'incubateur x et qui recommande l'incubation. D'après Ses propos, c'est une étape essentielle car elle accompagne l'entrepreneur jusqu'à la réalisation de son projet. De ce fait, l'accompagnement des entreprises. Le terme d'accompagnement peut ici prêter à confusion. En effet, il désigne l'ensemble des services offerts à un porteur de projet par une structure d'accompagnement un incubateur.

L'incubateur intervient avant la création de l'entreprise proprement dite sous plusieurs formes comme le coaching individualisé, la formation et la transmission des expériences du terrain. Les missions essentielles d'un incubateur se résument ainsi :

- Apporter un réseau relationnel ;
- Permettre de gagner du temps ;
- Apporter des conseils dans différents domaines ;
- Assurer une formation en entrepreneuriat, management, marketing, gestion financière, comptabilité, propriété intellectuelle, droit des affaires....

Dans le cas de l'Algérie plusieurs incubateurs ont vu le jour en Algérie, le premier à Bejaia ABP SPACE (2021), ainsi que Cyber Parc de Sidi Abdallah (2010), l'incubateur de Ouargla (2012), et celui « Technobridge » de l'Inttic d'Oran (2013) qui sont mis en œuvre afin d'accompagner les porteurs de projets en vue de la création de leurs entreprises.

V.4. Les moyens financiers et matériels investis lors de création de la startup :

Tous les enquêtés interrogés que ce soit dans le domaine de la fabrication ou bien dans celui de la digitale ont déclaré avoir créé leurs entreprises avec leurs propres moyens, leurs propres fond (argent) sans avoir recours à quiconque, parce 'qu'ils étaient déjà salariés avant de créer leurs entreprises avec une fréquence de 06. Un enquêté confirme « *j'ai travaillé pendant 6 mois comme enseignant d'anglais puis j'ai décidé d'arrêter et de me lancer dans le domaine de l'entrepreneuriat* », ce dernier n'a eu recours à personne, il a même procédé à la création de certaines machines (qu'il a

Chapitre V : processus de la création et la gestion de l'entreprise

qualifiés de simple, faciles à réaliser). Un autre enquêté confirme que « j'ai utilisé mes propres moyens mes propres fonds et après la création de l'entreprise, j'ai procédé à l'aide de l'ASF (premier fonds public dédié aux startups) qui se présente par l'équipement informatique ». L'ASF est une société publique de capital risque, qui prend en charge le financement des entreprises disposant du label startup, en fonds propre et en quasi-fonds propre ASF est née de la collaboration du ministère des startups et des 6 banques publiques.(<https://startup.dz/asf/>).

V.5. Les caractéristiques, le rôle, les objectifs, ainsi que les obstacles rencontrés par les entrepreneurs :

Dans ce qui suit, nous allons traiter les différentes caractéristiques des entrepreneurs, les objectifs, les obstacles, les normes de recrutement des nouveaux employés.

V.5.1. Les caractéristiques et le profil d'un entrepreneur selon les enquêtés :

Tableau 8: le profil d'un entrepreneur selon les enquêtes

Caractéristiques de l'entrepreneur	Fréquence
C'est un homme qui aime le risque	12
C'est un opportuniste	09
A une capacité de résoudre et trouver des solutions à des problèmes	07
C'est un créateur	04
Celui qui à la capacité de réunir une équipe motivée	01
Total	33

Ce tableau nous montre les caractéristiques qu'on a réussi à déduire par les enquêtés ; tout d'abord tous les enquêtés confirment que l'entrepreneur est un preneur de risque" avec une fréquence de 12, car selon Cantillon (1755), l'entrepreneur et la prise du risque sont étroitement associés. et celui qui ne peut se détacher du risque. (FAYOLLE, A, FILION, J, L, 2006, P8). Comme la confié l'un des enquêtés « si on ne prend pas le risque, on restera toujours dans notre zone de confort et on le regrettera un jour, et d'après lui avoir la confiance et l'estime de soi est un composant essentiel car personne ne vous donnera ces biens pour se lancer avec mais bien que vos économies et vos biens".

Chapitre V : processus de la création et la gestion de l'entreprise

C'est un créateur avec une fréquence de 04, selon nos enquêtés l'entrepreneur c'est un créateur et c'est une personne qui a imaginé et cherche à innover, comme l'a confirmé l'un des enquêtés *“avec son innovation actuelle, elle cherche à lancer une nouvelle création et n'arrête pas d'imaginer le lancement dans la nouvelle idée”*, d'après Julien et Marchesnay, l'entrepreneur est celui qui sait imaginer à une grande confiance en lui et il est enthousiaste. **(FAYOLLE, FILLION, 2006, P08)**

Un enquêté affirme que l'entrepreneur est celui qui peut réunir une équipe motivée, selon lui : *“un vrai entrepreneur c'est celui qui sait comment réunir une équipe motivée comme lui, car selon lui une bonne combinaison de personnes est une force, même quand je ne suis pas présent ils prouvent faire la même chose comme si je suis toujours présent même quand il y a une panne ou bien un problème ils arrivent à le résoudre sans ma présence à chaque fois, même s'ils n'arrivent pas à régler la panne par fois mais ils arrêtent pas d'essayer »* et d'après lui l'entreprise c'est dont ces personnes qu'elle a besoin.

C'est un opportuniste avec une référence de 09, comme disaient certains auteurs. *« L'entrepreneur à l'aptitude d'identifier des opportunités d'affaires »* **(FAYOLLE, FILION, 2006, P9)**. C'est donc une personne qui sait saisir les chances et les occasions. Le champ de l'entrepreneuriat est un champ qui s'intéresse à l'identification d'affaires, par l'individu ou des organisations et à leur concrétisation. Ici donc on parle de la capacité de l'acteur à savoir identifier une propice et la mettre en valeurs en utilisant moins de ressources possible.

À une capacité de résoudre et trouver des solutions à des problèmes par une fréquence de 07, selon l'un des enquêtés qui assure la vente des pièces automobile, avec ses services offerts par son application il arrivera à résoudre un problème des pannes et des problèmes et situations urgentes, par la disponibilité de la pièce et la livraison et ce qui permettra de gagner le temps.

D'après nos enquêtés, l'entrepreneur a la capacité de trouver des solutions à des problèmes grâce à son enthousiasme et à son imagination. En partant de là, l'entrepreneur est un preneur de risque, une personne créative, innovatrice et opportuniste, qui met tous les moyens nécessaires pour réaliser son projet.

Chapitre V : processus de la création et la gestion de l'entreprise

Tableau 9:les objectifs des entrepreneurs

Objectifs	Fréquence
Création de l'emploi pour le jeune chômeur	08
Contribuer au développement du pays	07
La création de l'emploi	06
La satisfaction du marché	05
La réanimation de l'économie	04
L'argent	04
L'amélioration du produit	02
Total	33

D'après les réponses des enquêtés, les objectifs sont répartis en deux catégories, objectif économique avec fréquence de 21 ; certains enquêtés ont pour but majeur la réanimation du secteur économique avec une fréquence de 04, la création de l'emploi avec une fréquence de 06, et gagner de l'argent avec une fréquence de 04. La satisfaction du marché avec une fréquence de 05 et l'amélioration du produit avec une fréquence de 02.

Dans toute entreprise, *“l'entrepreneur essaie avant toute chose de satisfaire sa clientèle, voire l'amélioration de service (BRAGARD, 1987), ainsi que “l'entrepreneur cherche l'amélioration qualitative du service et du produit qui se présente comme une priorité de la politique commerciale. (CAPRON,1986)”.*

D'un autre côté, les objectifs sociaux avec une fréquence de 16, créer des postes de travail pour ces jeunes chômeurs avec une fréquence de 08, former les jeunes entrepreneurs afin qu'ils puissent fonder leurs propres entreprises avec une fréquence de 01, contribuer au développement du pays avec une fréquence de 07, dans tous les domaines surtout celui de l'innovation.

On constate donc d'après les différentes révélations des entrepreneurs interrogés que les objectifs économiques priment par rapport aux objectifs sociaux.

Chapitre V : processus de la création et la gestion de l'entreprise

V.6. Les obstacles rencontrés par entrepreneurs :

Malgré des objectifs ambitieux, beaucoup d'obstacles ont tenté d'empêcher nos enquêtés.

Tableau 10: Obstacles rencontrés par entrepreneurs

Les obstacles rencontrés	Fréquence
La lenteur et la complexité administrative	14
Les obstacles financiers	12
Manque de l'estime	10
Les obstacles professionnels	09
Les obstacles sociaux	04
Total	49

Le total est supérieur à 11 en raison de pluralité des réponses.

Selon les résultats, presque tous les enquêtés ont confirmé que les démarches administratives sont complexes. Ils ont souligné aussi le manque de coordination entre les services, car chaque service a sa propre version. Ceci a été bien décrit par un entrepreneur : *“avec la lenteur des procédures administratives, j'ai créé moi-même les machines dont j'avais besoin pour la réalisation de mon produit”*.

Tous les entrepreneurs ont déclaré avoir des problèmes financiers avec une fréquence de 10. Ce qui empêche le bon déroulement de leurs projets, même y a ceux qui confirment avoir utilisé tous leurs économies et même il y a ceux qui ont vendu leurs biens afin de pouvoir alimenter leurs besoins, un entrepreneur nous confié *“J'ai vendu tous mes biens (voiture, bus) afin de pouvoir assurer la matière première pour la réalisation de la machine ”*.

Certains entrepreneurs qu'ont déclaré le manque de l'estime vis à vis de leurs projets, que leurs entourages ne croient pas en ce que son appel start-up, même selon eux y a des gens qui leurs conseille d'exercer un métier qui garantit la retraite et l'assurance, un enquêté, âgé de 34 ans a confié *“que le consommateur algérien n'a pas de confiance dans le produit algérien”*.

Les entrepreneurs interrogés ont déclaré avoir des difficultés d'ordre professionnel avec une fréquence de 09, ces obstacles sont permanents et ils ont un impact négatif sur le parcours socioprofessionnel des entrepreneurs.

Chapitre V : processus de la création et la gestion de l'entreprise

A côté de tous ces obstacles, les entrepreneurs interrogés n'ont pas échappé aux problèmes d'ordre social, dont la fréquence est de 4, un enquêté évoque problème dont il fait face « *j'ai vécu une situation où un commerçant dans le même domaine essaie de salir ma réputation par l'avancement de propos que mes produits ne sont pas de qualités et déconseillés aux acheteurs* ».

Pour résumer, la lenteur, la complexité administrative et les problèmes financiers sont obstacles majeurs qui entravent le parcours des entrepreneurs, en plus d'autres obstacles qui sont aussi non négligeables.

V.7. Le rôle des entrepreneurs au sein de l'entreprise :

Tous les enquêtés ont déclaré qu'ils sont gérants de leurs propres entreprises avec une fréquence de 08.

Certaines enquêtés ont déclaré "*qu'ils sont les fondateurs de l'entreprise, car l'idée basique de l'entreprise leurs appartient*" avec une fréquence de 06. Un enquêté a déclaré "*Je suis le gérant et le fondateur de l'entreprise et je superviseur des machines*", âgé de 34 ans réalisateur de la machine à soudeuse automatique de profilés PVC.

V.8. Les journées et semaine type des entrepreneurs :

Nous avons constaté d'après les différentes déclarations des entrepreneurs que les journées type de travail sont réparties de journée faible et à fort potentiel de travail, selon certains il y a des journées où ils se trouvent au bureau sans aucune charge.

Un entrepreneur, spécialisé dans la fabrication des machines à souder, déclare que "*la journée ne me suffit pas (réalisation de ventes, factures, commandes, déplacement.) ; ma semaine type se divise en banque, comptable, fournisseur, chaque jour je prends l'imprimante avec moi afin de continuer le travail à la maison*", âgé de 34 ans. Un autre entrepreneur nous déclare que sa journée type : consiste à la recherche la clientèle pour écouler son produit.

De ce fait, on constate que les journées types des entrepreneurs varient d'une activité à une autre, d'une entreprise à une autre, car certaines activités impliquent un travail supplémentaire comme la fabrication de machines à soudeuse des profils PVC, la production du charbon à base de marc de café qui implique un suivi quotidien, contrairement à certaines activités qui dépendent d'une journée à une autre comme la réalité virtuelle, et la gouvernance des applications.

Chapitre V : processus de la création et la gestion de l'entreprise

V.9.L'équipement matériel utilisé pour la fabrication du produit / l'offre du service :

Tableau 11:L'équipement matériel utilisés pour la fabrication du produit /l'offre du servisse

Production (charbon)	Fabrication machine à (soudure)	L'offre service
<p>Utilisation des déchets de biomasse (l'ensemble des matières végétales : bois, déchets d'exploitation forestière, déchets d'industrie, déchets agricoles, déchets verts et fraction fermentescible des ordures ménagères.) (https://martinique.ademe.fr/expertises/energies-renouvelables/biomasse-dechets)</p> <p>Déchets organiques :(il s'agit d'épluchures, de marc de café, de gazon, de feuilles mortes, d'essuie-tout, de nappes en papier... Les boues d'épuration ou les déchets verts produits par le milieu agricole et forestier entrent aussi dans cette catégorie... bien traités, ces déchets deviennent une excellente source d'énergie). (https://www.hubency.com/recyclage-dechets/dechets-organiques)</p>	<p>Un atelier (<i>un local, un espace consacré à la production</i>).</p> <p>Une fraiseuse :(le fraisage est une technique d'usinage qui consiste à enlever, à l'aide d'un outil coupant appelé fraise, de la matière sur une pièce initiale pour obtenir une pièce finale. La fraise est munie de dents et est de forme variable. (http://www.acheter-vendre-machines.fr/2008/07/comment-marche-une-fraiseuse-principe.html).</p> <p>Tournage : (le tournage mécanique est une technique très efficace pour fabriquer des pièces de révolution à partir de matériaux variés tels que l'acier, l'aluminium, ...</p> <p>L'outillage : (ensemble des outils qui servent à l'utilisation d'une machine, pour une exploitation industrielle). (https://braidwoodgear.com/tournage-mecanique/)</p>	<p>Internet</p> <p>Ordinateur</p> <p>Local (bureau)</p> <p>Transport</p> <p>Conteneur</p>
Fréquence 01	Fréquence 01	Fréquence 05
Total	07	

Chapitre V : processus de la création et la gestion de l'entreprise

D'après nos interrogés, chacun nous explique et nous donne un aperçu sur le matériel et les moyens qu'ils utilisent pour la fabrication de ses produits parce que cela dépend du type d'activité exercée par l'entrepreneur. Et un autre interrogé a préféré garder le secret professionnel.

V.10. La catégorie d'âge ciblé par le produit / service :

Les catégories ciblées sont donc les personnes qui ont besoin et qui demandent le service ou biens ces produits.

D'après les résultats, toutes les enquêtés ont déclaré que leurs service, produit sont destinée à la catégorie d'age 18 ans et plus, par une fréquence de 4.

Un autre enquêté déclare « *mes services sont destiné à ceux qui ont 18 ans et qui ont un permis de conduire et qui ont un véhicule, autrement les automobilistes en générale* ». Un autre enquêté âgé de 25 ans, déclare « *Je dédié mon produit à ceux qui des possèdent des restaurants ou des hôtels, spécialisé dans la fabrication du charbon.*

Un enquêté déclare que « *mon produit est destiné à toute personne ayant 18 ans titulaire d'un diplôme et qui a un atelier de fabrication des profils PVC (armoire, porte, cadre) et pour les industriels* ».

Un entrepreneur déclare que « *mon invention est destinée à la chirurgie endoscopique et la chirurgie gynécologique, urologique* ». Un de nos interrogés déclare que ses services de transport sont à la disposition des voyageurs et les livraisons des marchandises.

On constate donc que les services et les produits de nos entrepreneurs interrogés dotent de certaines conditions afin de pouvoir en profiter et cela pour s'assurer de la sécurité du client et assurer le respect de la loi et la norme. Cela dépend de l'activité et du service offert au client.

V.11. La stratégie adoptée pour la vente du produit :

D'après les propos déclarés par les enquêtés chacun a sa propre façon et sa stratégie de vente de son produit, certains enquêtés déclarent que vue la :

Chapitre V : processus de la création et la gestion de l'entreprise

V.11.1. Site de vente :

Selon nos résultats, 07 entrepreneurs interrogés ont déclaré qu'ils n'ont pas encore des sites de vente officiel pour la commercialisation de leurs produits mais ils utilisent tous les réseaux sociaux, comme l'a déclaré un entrepreneur « *je fais des publicités sur Facebook et Instagram même des vidéos sur le réseau social Tiktok pour faire connaître mon entreprise commerciale je possède un siège au niveau de El-Kseur pour accroître la vente de mon produit* ». Un autre entrepreneur nous déclare qu'il a réussi à lancer son application mais l'application est en arrêt car elle est en maintenance. En fin un autre nous a confié qu'il possède un site web (plateforme virtuelle) pour ses services de transports.

V.11.2. Site de communication :

D'après les résultats, tous les entrepreneurs déclarent qu'ils n'ont pas des sites des communications professionnelles, mais ils utilisent les réseaux sociaux tels que LinkedIn, Facebook, Instagram, Email, WhatsApp et bien tôt, ils auront leurs propres sites officiels et professionnels.

On constate donc que les différents réseaux sociaux jouent un rôle primordial dans la modernisation des entreprises innovantes et dans la vente des produits et même au niveau national et même international.

Tableau 12:les critères de recrutement des employés

Les critères du recrutement	Fréquence
Liens sociaux	07
Qualification professionnelle	06
Expérience professionnelle	05
Total	18

Total est plus de 08 vu la multiplication des réponses

D'après les résultats, la première catégorie des entrepreneurs recrute à base de liens sociaux, avec une fréquence de 07, un des enquêtés à préférer embaucher les membres de son ancienne équipe de travail parce qu'il garde avec eux de bons contacts. Un autre enquêté nous a déclaré aussi qu'il préfère recruter des membres de sa famille par ce qu'ils sont prioritaires et participent à la réalisation du projet et leur offrent de l'emploi, celui-ci a il embauche son frère comme comptable”.

Chapitre V : processus de la création et la gestion de l'entreprise

La deuxième catégorie exige comme critère, la qualification professionnelle avec une fréquence de 06, ces entrepreneurs cherchent à travers ces critères à recruter des personnes qui ont des qualifications en rapport avec les exigences du poste, comme le décrit l'un d'entre eux : *“le sérieux, la responsabilité la volonté de travailler et faire un bon travail”*.

Le troisième critère recherché par les entrepreneurs est l'expérience professionnelle avec une fréquence de 05, parce que c'est un moyen essentiel, comme le confirme l'un des enquêtes *“j'ai recruté mes employés à base de leurs expériences et professionnalisme dans les différents domaines du travail. Un employé spécialisé dans le domaine de l'électromécanique, l'un est un tourneur, qui est très bon tourneur, l'autre spécialisé dans la menuiserie d'aluminium, sérieux, serviable ; et d'autre membres que je qualifie d'ambitieux et qu'ont un esprit d'équipe”*.

V.12.La localisation :

Certains entrepreneurs ont déclaré que la localisation n'est pas un facteur de réussite avec une fréquence de 06, seulement deux entrepreneurs, affirment le contraire car la localisation constitue selon eux un des facteurs de réussite, comme l'a affirmé un d'entre eux : *“toutes les entreprises se trouvent au niveau d'Alger”*. Une autre rajoute : *« je trouve que l'emplacement joue un rôle majeur dans la réussite »* comme il déclare que le siège de l'entreprise se trouve dans une région isolée et difficile à trouver par les fournisseurs pour cela, il a l'attention de changer d'emplacement vers une zone industrielle. *En résumé, la localisation est un facteur facultatif pour la réussite d'une entreprise.*

V.13.Les conseils au futur entrepreneur :

Conseils	Fréquence
Ne jamais abandonné	13
La volonté	12
Estime de soi	10
Confiance en soi	09
Courage	06
Total	50

Total supérieur à 08 vu la multiplicité des réponses.

Chapitre V : processus de la création et la gestion de l'entreprise

D'après nos interrogés, le premier conseil est le courage avec une fréquence de 06, selon certains enquêtés, chaque entrepreneur doit avoir le courage pour se lancer déjà et pour confronter les différentes situations.

L'estime de soi avec une fréquence de 10, d'après certains entrepreneurs toute personne qui s'apprête à entreprendre doit avoir l'estime en soi, comme le déclare un enquêté « connaître sa valeur ».

La confiance en soi avec une fréquence de 12, les entrepreneurs ont déclaré que la confiance en soi est parmi les facteurs de la réussite, et permettent de dépasser certaines situations particulières et de progresser, comme le confirme un enquêté. Faut avoir la confiance en soi car y a des personnes et des situations qui essayeront de vous écarter de votre chemin mais cela ne peut pas arriver avec une forte confiance en soi.

La volonté avec une fréquence de 12. En effet, des entrepreneurs ont déclaré que la volonté figure parmi les clés de succès pour tout entrepreneur qui veut réussir, selon un enquêté *“par la volonté tout peut arriver et on peut arriver au sommet avec et l'entrepreneur peut surmonter les difficultés et obstacles qui entravent son parcours professionnel”*.

Ne jamais abandonner avec une fréquence de 13, les entrepreneurs déclarent qu'un entrepreneur ne doit jamais abandonner malgré toutes les difficultés auxquelles il sera confronté.

Pour résumer, la volonté et jamais abandonner dotent d'une grande fréquence, mais ça ne veut pas dire que les autres n'ont pas un impact positif sur le parcours de l'entrepreneur mais faut prendre en considération tous les conseils.

V.14. Attitudes des entrepreneurs sur la création des start-up :

Avis des entrepreneurs	Fréquence
Positifs	3
Négatif	2
Total	5

Le total est inférieur à 8, car 5 entrepreneurs uniquement donné leurs avis

Chapitre V : processus de la création et la gestion de l'entreprise

Vu la nouveauté du thème et les difficultés rencontrées dans la collecte d'informations les avis des enquêtés diffèrent sur la création des start-up.

Avis positif

D'après les résultats, certains enquêtés ont déclaré que *la création de start-up est d'une grande valeur et importante pour notre pays et surtout pour le secteur économique*. Une enquêtée, âgée de 30 ans, déclare que les start-up jouent un rôle sur le patrimoine et la protection culturelle. Et un enquêté déclare que *"c'est une très bonne initiative, qui permettra à l'économie algérienne de se développer"*.

Avis négatif

Deux entrepreneurs déclarent que le monde des start-up est falsifié manque d'organisation et qui il devenu un prestige et une enquête déclare que tout le monde se prend pour de start-up peur.

D'après les résultats ont on constate qu'il y a une divergence d'avis entre les entrepreneurs. Ont beaucoup de points en commun car ils visent le développement et l'innovation dans tous les secteurs.

Conclusion du chapitre

A travers ce chapitre, on a déduit que nos enquêtés ont fondé leurs entreprises par rapport à leurs domaines d'études et leurs expériences qu'ils ont acquis avant le lancement de leurs entreprises. Ils ont pu créer et développer leurs entreprises malgré les obstacles rencontrés durant le processus de création. Afin de concrétiser leurs projets, ils ont eu recours à leurs propres fonds en négligeant les aides et rôles des dispositifs dédiés à la création (d'entreprises incubatrices ou bien ANSEJ, ANGEM, Banques) et qui mettent la lumière sur les difficultés des démarches administratives en Algérie, et qui souhaitent l'amélioration des dispositifs d'accompagnement d'entreprises dans l'avenir pour les futurs entrepreneurs. D'après les entrepreneurs interrogés, les start-up sont une très bonne initiative pour l'économie algérienne.

Présentation des résultats de l'enquête

Présentation des résultats de l'enquête

Présentation des résultats de l'enquête

L'enquête menée auprès des entrepreneurs créateurs d'entreprises innovantes « start-up » des quatre wilayas d'Algérie « Alger, Skikda, Sétif, Bejaia », nous a permis de collecter des informations importantes à propos de notre thème de recherche, ainsi qu'elle nous a permis de répondre aux questions de notre problématique.

Selon les données de l'enquête, on a remarqué que la création d'une entreprise n'exige pas un âge précis mais demande un niveau d'instruction assez élevé pour décrocher et maintenir une entreprise non ordinaire. Nos entrepreneurs ont choisi leur métier par rapport à leur domaine d'étude et d'expérience acquis dans divers secteurs avant de lancer leur propre entreprise. Pour créer cette entreprise, il faut posséder une certaine base matérielle et financière (personnelle ou bancaire) afin de couvrir toutes les premières dépenses de lancement. Malgré toute la motivation et l'expérience dans le domaine, ces entrepreneurs n'échappent pas aux problèmes les obstacles sociaux et obstacles administratif ainsi que ceux d'ordre professionnel et social et dans la concrétisation de leurs projets.

Tout d'abord les entrepreneurs de notre échantillon ont tous de petites entreprises avec le minimum possible d'effectifs ; ainsi ils ont utilisé leurs propres fonds pour concrétiser leurs projets. Aussi on a constaté que nous entrepreneurs n'ont pas fait appel aux incubateurs durant la période de la création de leur entreprise mais ils ont procédé à toutes les démarches nécessaires.

Les entrepreneurs n'ont pas eu recours à leurs réseaux sociaux (famille, proches,) ou bien au dispositif d'accompagnement de l'État prêts bancaires dans le but de résoudre ces difficultés et les démarches administratives qui se manifestent par la lenteur et la complexité.

On déduit également que ses entrepreneurs sont motivés principalement dans leurs actes d'entreprendre par la recherche d'indépendance économique en premier lieu, réanimer l'économie de l'Algérie en second lieu.

Enfin la création d'une start-up en Algérie demande beaucoup d'efforts et assez de temps. Cela est dû au manque de moyens : le domaine de l'innovation est assez nouveau car notre pays est toujours coincé dans l'économie traditionnelle.

Nous avons donc pu grâce à notre enquête a infirmé la première hypothèse et confirmés les secondes hypothèses.

Conclusion générale

Conclusion générale

Conclusion Générale

Notre recherche nous a permis de ressortir avec un ensemble de caractéristiques qui relèvent de l'entrepreneuriat en Algérie, en ce qui concerne nos entrepreneurs nous avons remarqué qu'ils sont des jeunes diplômés motivés prêts à aller de l'avant et faire de leur mieux pour atteindre leurs objectifs.

Notre enquête nous a permis de connaître le mode de fonctionnement des start-up en Algérie, et a dévoilé la partie cachée derrière ces nouvelles structures, les obstacles auxquels les entrepreneurs font face pratiquement à nous montrer le manque d'accompagnement des différents d'aides les dispositifs d'aides que ce soit privé ou étatique, et aussi l'impact des réseaux sociaux sur le développement et la sociabilité des start-up.

Dans le même axe, nous avons traité certains thèmes qui s'avèrent intéressants comme la réalité de l'incubation en Algérie et son fonctionnement sur le terrain, nous proposons aussi de réaliser une étude sociologique approfondie sur les dispositifs d'accompagnement et de lancement de nouvelles créations d'entreprises start-up.

LES ANNEXES

Guide d'entretien

Les caractéristiques individuelles des entrepreneurs

- La personne interrogée.
- Age.
- Niveau d'instruction.
- Profession des parents.
- Profession de l'épouse.

Avez déjà travaillé avant de créer votre entreprise ? Si oui citez vos expériences (nombre d'années, nombre d'entreprises, de postes occupés) :

Les coordonnées de l'entreprise créée

- Date de création de l'entreprise ?
- Année de création ?
- Activité de l'entreprise ?
- Statut juridique de l'entreprise ?
- Nombre d'employés ?

1. Trajectoire socioprofessionnelle et les motivations des entrepreneurs

- Qu'est-ce qui vous a poussé à entreprendre ?
- Selon votre expérience et vos connaissances en quoi consiste d'être entrepreneur ?
- Au quel moment avez-vous décidé de vous lancer ? Et pour quoi ?
- Pouvez-vous raconter le processus de création de votre entreprise (idée, choix de l'activité, les objectifs, motivation et ambitions, le modèle d'affaire que vous avez suivi durant la création de votre entreprise) :
- Pour quoi avez-vous choisi cette activité ?
- Quelle sont les besoins auxquels vous tentez de répondre par vos services ?
- Quelle formation considérez-vous nécessaire pour créer ce genre d'entreprise ?
- Pouvez-vous nous citer les obstacles que vous avez rencontrés et comment vous les avez surmontés ?

- Quels sont les moyens financiers et matériaux qui étaient à votre disposition ?
- Y va-t-il quelqu'un qui vous a aidé (financièrement, matériellement) lors du processus de création de votre entreprise ? si oui, qui est-il ? En quoi consiste sa contribution ?
- Pouvez-vous nous donner un aperçu sur votre métier votre rôle au sein de votre entreprise ? Autrement dit, comment se déroule votre journée type et votre semaine type ?
- A qui s'adresse votre produit ? A quelle catégorie d'âge ?
- La gestion de votre entreprise :
- Quels équipements et matériels utilisez-vous pour la fabrication de votre produit ?
- Quelle est la stratégie que vous avez adoptée pour vendre de votre produit ?
- A qui s'adresse votre produit ? A quelle catégorie d'âge ?
- Selon votre expérience, la localisation est un facteur clé de la réussite ? pourquoi ?
- Avez-vous des employés ? Quels sont les critères qui vous avez utilisés dans le recrutement de ces derniers ?
- Avez-vous un site de vente ?
- Avez-vous un site de communication ?
- Quels sont les conseils que vous donnerez aux futurs entrepreneurs ?

Quel est votre avis sur la création des startups en Algérie ?

La liste bibliographique

Liste des ouvrages :

1. Fayolle, A, Fillion, L, J.2006. Devenir entrepreneur : des enjeux aux outils. Vol (122n5-2),p1-30 Pearson Education France, paris.
2. COSTER, M, 2003. Entrepreneur et entrepreneuriat, Cadres et entrepreneuriat, vol (7),p7-142.
3. Fayolle, A, 2004. Entrepreneuriat et processus: faire du processus un objet de recherche et mieux prendre en compte la dimension processus dans les recherches P. 1-31. CERAG.
4. ALAN, F,2005. Introduction a l'entrepreneuriat,p7-127,DUNDO, Paris.

Reuves et articles :

1. AMINA, BERREZIGA,(p-d). Les dix (10) compétences de l'entrepreneur,(p197-218).
2. Albert, P, Bernasconi, M, & Gaynor, L.(2002). Les incubateurs: émergence d'une nouvelle industrie.(P6-96),Ministère de l'économie et des finances et de l'industrie.
3. Boutillier, S,Uzunidis,D.(2010). Innovation et proximité entreprises, entrepreneurs et milieux innovateurs. (No. 10).
4. CHEKROUNE, N, ABEDOU, A.(2020) .Profils et accompagnement en situation entrepreneuriale des porteurs de projets TIC Cas du Cyber Parc Sidi Abdallah-Alger.(p125-144).
5. Chauvet, P,(2011).Développement, Management et Evaluation d'un projet innovant en milieu hospitalier: Application au dispositif «DRUGCAM».(P10-143) Faculté des Sciences Pharmaceutiques de Nantes.
6. Doua, M, & DJEKIDEL, Y. (2021). Obligations comptables, fiscales et de contrôle applicables aux associations Cas de l'Algérie.MO'assira Economic Research,(vol 4(2)(P555-567).
7. DJELTI, M,BOUCHAMA,CH.(2017). Etat des lieux des incubateurs en Algérie Cas de l'incubateur de l'INTTIC d'Oran. Revue stratégie et développement,(P1-29).
8. DJEKIDEL, Y, DOUA, M, MERRAD, R.(2021). La startup en Algérie: Caractéristiques et Obligations.(, vol. 5, no1 P417-427).*Journal of Excellence for Economics and Management Research*.
9. IMANSOUREN, S,(2021).L'entrepreneuriat: Evolution et contraintes à la création des PME en Algérie Entrepreneurship: Evolution and constraints to the creation of SME in Algeria,(p659,686).
Gislain, J.J.(2012). Les origines de l'entrepreneur schumpétérien. Revue Interventions économiques. Papers in Political Economy, (n46.p1-35).

10. GUELLEC, D, KABLA, Is.(1994). Le brevet: un instrument d'appropriation des innovations technologiques. *Economie et statistique*,(vol. 275, no 1, p. 83-94).
11. MAMMERI, L.(2022). La contribution des PME à la création d'emploi et à la lutte contre le chômage en Algérie,(vol.07-n01 P267-279).
12. MERHOUN, M, BENHALIMA, I,(2019) les PME socle de développement économique en Algérie: Réalité ou mythe?The SMEs as a foundation for economic development in Algeria: reality or myth?(vol.04 n 02 P213-227).
13. Merzouk, F(2009). PME et compétitivité en Algérie. Université de Bouira. (n09.p.279-296)
14. MEZGHANI, L, BELHAJ, M, AFFES, H et al. (2009). Culture Entrepreneuriale.(P6-26) .
15. GhARBI, S.(2011). Les PME/PMI en Algérie: Etat des lieux. DOCUMENTS DE TRAVAIL, (vol, 238, P.4-14).
16. Remy, E, Guilmot, N.(2019) Performance des accélérateurs de start-ups en phase de scaling: Cas des accélérateurs wallons, bruxellois et flamands(p1-80),
17. REDOUANE, ABDELLAH.(2021).La promotion de la PME et de l'entrepreneuriat en Algérie: deux décennies d'efforts pour quels résultats?(vol,17n01p.242-254)
18. Tounés, A. (2004).L'entrepreneur: l'odyssée d'un concept. Agence universitaire de la francophonie, Réseau entrepreneuriat,(vol,n03-73p2-22).
19. WARNIER, Vanessa, et all(2004). Le business model: l'oublié de la stratégie. In : *Actes de la 13ième conférence AIMS, Le Havre*. (p.3-23).
20. DJELTI, M, BOUCHAMA, CH.(2017) Etat des lieux des incubateurs en Algérie Cas de l'incubateur de l'INTTIC d'Oran. *Revue stratégie et développement*, (vol, 9, no1, p.102-27).
21. TAHAR ZIOUAL, (2020/2021) Créer et développer une startup,(p2-20)(en ligne: http://fmi.univ-tiaret.dz/images/3lmd/2020-2021/S2/Cours_Creer_et_developper_une_startup.pdf)

Thèses et mémoires :

1. ABDELFE TAH,Hanane, ABDOUN,Salima(2015/2016).Le rôle du capital social des entrepreneurs dans la création des PME, étude sociologique au prés des entrepreneurs créateurs dans la région de Bejaia. Soutenu a l'université de Bejaia.
22. DECHERA,M.(2014).Stratégie de développement des PME et le développement local : essai d'analyse à partir du cas de la région nord-ouest de l'Algérie. Mémoire de magistère en sciences économiques. Soutenu a l'université d'Oran.
23. CHEKROUNE, NARIMEN (2020/2021).ENTREPRENEURIAT féminin: LES FEMMES DANS LES START-UP, Soutenu à l'université de Bejaia.

Sites internet :

1. <https://www.groupe-igs.fr/actualites/start-retour-sur-lhistoiredes-jeunes-pousses>
2. <https://www.definitionsmarketing.com/definition/label/marketing.com/definition/label/>
3. <https://sokeo.fr/start-up-definition/>
4. <https://www.groupe-igs.fr/actualites/start-retour-sur-lhistoire-des-jeunes-pousses>
5. <https://www.legalplace.fr/guides/creer-une-start-up/>
6. <https://www.1min30.com/dictionnaire-du-web/startup>
7. <https://www.lancetonidee.com/profil-entrepreneur/>
8. https://www.esi-sba.dz/fr/wp-content/uploads/2021/04guide_start_up_2020_fr.pdf
9. <https://www.legalplace.fr/guides/start-up-definition/>
10. <https://www.label-emplitude.fr/articles/28793/label/>
11. <https://www.inpi.fr/personne-physique-et-personne-morale-definition>
12. <https://www.definitions-marketing.com/definition/modele-d-affaires/>
13. <https://startup.dz/asf/>
14. <https://www.hubency.com/recyclage-dechets/dechets-organiques>.
15. <http://www.acheter-vendre-machines.fr/2008/07/comment-marche-une-fraiseuse-principe.html>

Abstract

Our research has allowed us to emerge with a set of characteristics that relate to entrepreneurship in Algeria, As for our entrepreneurs we have noticed that they are motivated young graduates ready to go ahead and do their best to achieve their goals.

Our investigation allowed us to know the mode of operation of start-ups in Algeria, and unveiled the hidden part behind these new structures, the obstacles that entrepreneurs practically face in showing us the lack of support from different aid schemes whether private or state, and also the impact of social networks on the development and sociability of start-ups.

In the same vein, we have addressed some interesting themes such as the reality of incubation in Algeria and its operation on the ground, we also propose to carry out an in-depth sociological study on support mechanisms and launch of new start-up companies.