



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

**MEMOIRE**

En vue de l'obtention du diplôme de

**MASTER EN SCIENCES DE GESTION**

Option : Entrepreneuriat Thème

**Les formes de l'entrepreneuriat : étude de cas de  
quelques entreprises privées dans la ville de Bejaia**

**Préparé par :**

- BOUDIAB Cylia
- BOUDIAB Meriem

**Sous la direction du :**

Dr. OUKACI Moustafa

**Date de soutenance : 15/07/2021**

**Jury :**

- **Dr.DJEMAI. S**----- **Présidente**
- **Dr.OUKACI. M**----- **Rapporteur**
- **Dr.MEKHMOUKH. S** ----- **Examinatrice**

**Année Universitaire : 2020/2021**

# Remerciements

*Au terme de ce travail, nos remerciements s'adressent à nos familles respectives pour leur soutien et encouragement.*

*Nous remercions M. OUKACI Moustafa, pour avoir encadré notre travail de recherche. Nous le remercions pour ses conseils et ses encouragements pour mener cette recherche à terme.*

*Nous remercions également les membres du jury pour avoir accepté d'évaluer ce travail.*

*Enfin, nous remercions nos camarades depuis la troisième année licence*

*Et toute personne ayant contribué de près ou de loin à l'aboutissement de cette recherche.*

# Dédicaces

*A mes très chers parents*

*A mes sœurs et à mes frères*

*Pour leur amour et leurs encouragements*

*A ma famille*

*Et*

*A mes amis (e)*

*Cylia*

# **Dédicaces**

*A ma très chère maman*

*A mon grandfrère*

*Pour leur amour et leurs encouragements*

*A la mémoire de mon père*

*A ma famille*

*Et*

*A mes amis (e)*

*Meriem*

## **LISTE DES ABREVIATIONS**

**AFE :** Agence France Entrepreneur

**ANADE :** Agence Nationale d'Appui et de Développement de l'Entrepreneuriat

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

**ANDPME:** Agence Nationale de Développement de la Petite et Moyenne Entreprise

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

**ANSEJ:** Agence Nationale De soutien à l'Emploi des jeunes

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

**BOAL:** Bulletin Officiel des Annonces Légales

**BP:** Business Plan

**CA:** Chiffre d'Affaires

**CCI:** Chambre de Commerce et d'Industrie

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

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

**DA:** Dinar Algérien

**DIP:** Document d'Information Précontractuel

**EURL:** Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée

**FFF:** Fédération Française de Franchise

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

**JORADP:** Journal Officiel de la République Algérienne Démocratique et Populaire

**NIS:** Numéro d'Identification Statistique

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

**SARL:** Société à Responsabilité Limitée

**SNC:** Société au Nom Commun

**SPA:** Société Par Action

**UHT:** Ultra Haute Température

# **SOMMAIRE**

**Introduction générale**

**Chapitre I : Entrepreneuriat ; concepts de base et contexte algérien**

**Section 1 :** Cadre conceptuel de l'entrepreneuriat

**Section 2:** Contexte d'émergence et évolution de l'entrepreneuriat en Algérie

**Chapitre II : Les formes de l'entrepreneuriat**

**Section 1 :** La création d'entreprise

**Section 2 :** La reprise d'entreprise

**Section 3:** L'intrapreneuriat

**Chapitre III: Etude de cas de trois formes d'entrepreneuriat**

**Section 1:** Présentation de la méthodologie de l'enquête de terrain

**Section 2 :** Analyse et interprétation des résultats de l'enquête

**Conclusion Générale**

**Bibliographie**

# **INTRODUCTION GENERALE**

### **INTRODUCTION GENERALE**

Dans un monde où le marché du travail est en perpétuelle évolution, le salariat est de plus en plus considéré comme un modèle trop rigide qui empêcherait aux collaborateurs d'exprimer tout leur potentiel. C'est dans ce contexte que l'entrepreneuriat apparaît comme la voie de l'émancipation.

L'entrepreneuriat est considéré comme étant un phénomène économique et social, d'une grande importance. Par ailleurs, l'entrepreneuriat aujourd'hui, est un thème d'actualité, du fait qu'il attire l'attention de toutes les catégories de la société : enseignants, managers, dirigeants d'entreprises, consultants, d'hommes politiques, presque tous s'y intéressent. (FAYOLLE, 2004).

La création d'entreprises et, d'une façon plus large, l'entrepreneuriat sont aujourd'hui unanimement reconnus comme étant des phénomènes vitaux pour la société et des plus importants concepts de business. L'entrepreneuriat contribue à la régénération et au développement de l'économie et de la société grâce à ses apports comprenant ; la création d'entreprise, la création d'emploi, l'innovation, le développement de l'esprit d'entreprendre dans les entreprises et les organisations et l'accompagnement de changement structurels.

Il est difficile de donner une dimension précise ou une définition unique à l'entrepreneuriat, du fait que c'est un concept complexe, mais nous pouvons lui attribuer, non seulement la création de nouvelles entreprises et la croissance des entreprises déjà existantes, mais aussi leurs développement avec prise en compte de leur environnement et de ses acteurs constitutifs.

C'est un concept développé par l'économiste Joseph Schumpeter en 1950, bien que conformément à un processus entamé dès la crise 1973 (aux USA), les pertes d'emplois dans les grandes industries manufacturières ont été compensées en partie par l'explosion de créations de petites entreprises, et depuis, la crise a permis de renforcer la politique étatique visant à promouvoir l'entrepreneuriat.

L'entrepreneuriat est considéré comme un moyen permettant d'améliorer la compétitivité d'un pays, de favoriser la croissance économique et d'accroître les possibilités d'emplois. Chercheur et preneurs de décisions s'accordent pour dire qu'une économie dynamique et



innovatrice, c'est-à-dire qui expérimente de nouvelles idées, de nouveaux produits ou processus, ce qui lui permet de se renouveler.

### **Problématique**

L'économie algérienne a connu de profonds bouleversements depuis le début des années 1990 en raison du passage d'une économie administrée à une économie de marché. Le passage à l'économie de marché avait favorisé l'émergence de l'entrepreneuriat, ainsi que les exigences et les conditions du FMI après que le gouvernement l'ait sollicité pour des aides financières, mais l'accord du FMI était avec des conditions tels que; éliminer le sureffectif dans les grandes entreprises publiques qui étaient en faillite à ce moment; et essayer de relancer la croissance économique du pays en faisant appel à des PME comme solution importante.

Le concept de l'entrepreneuriat évolue de jour en jour, et de plus en plus, on assiste à l'émergence de diverses formes de l'entrepreneuriat, à savoir la création d'entreprise ; comprenant ainsi la création ex-nihilo, la franchise et l'essaimage ; la reprise d'entreprise et l'intrapreneuriat. Choisir la bonne formes entrepreneuriale peut être assez laborieux, surtout lorsqu'on ne maîtrise pas les avantages et les inconvénients de ces différents concepts.

Pour entreprendre, il faut impérativement avoir certaines connaissances des concepts reliés à l'entrepreneuriat, notamment les formes d'entrepreneuriat. Du fait de leur diversité, une personne qui veut se lancer dans le monde entrepreneurial se retrouve face à une difficulté pour choisir la meilleure forme pour lui.

C'est ce qui a d'ailleurs motivé notre recherche, en effet, c'est la variété dans les façons d'entreprendre qui à attiré notre attention pour développer la présente recherche. **Ainsi notre questionnement principal s'articule autour des formes d'entrepreneuriat, et comment y procéder, leurs avantages et inconvénients. Autrement dit, nous cherchons à comprendre quel est le processus à suivre pour chacune de ces formes ?**

De cette question principale découle d'autres questions subsidiaires à savoir ;

- Quelles sont les formes d'entrepreneuriat ? leurs avantages et les inconvénients de chaque forme d'entrepreneuriat ?

- Comment peut-on juger les processus des formes d'entrepreneuriat des cas que nous avons choisis à étudier ?

Ainsi, nous essayerons de contribuer à la réflexion sur la problématique de ce sujet en se basant sur les deux hypothèses suivantes :

**Hypothèse 1 :** L'entrepreneuriat est un phénomène multidisciplinaire et complexe dont les formes sont multiples.

**Hypothèse 2 :** Chaque forme d'entrepreneuriat dispose de son propre processus à suivre pour réaliser un projet entrepreneurial.

### **Méthodologie de recherche**

Pour réaliser ce travail, la démarche méthodologique adoptée s'articule autour de différentes phases, d'abord la recherche documentaire : des ouvrages, des articles des revues, et des mémoires et les documents mis à notre disposition par les entreprises enquêtées. Nous avons aussi réalisé des études de cas en élaborant des questionnaires regroupant une quarantaine de questions et destinées à des entreprises choisies par rapport à leurs formes d'entrepreneuriat.

### **Plan de mémoire**

Afin de répondre à la problématique posée, nous avons subdivisé notre travail en trois principaux chapitres ; le premier chapitre présente l'entrepreneuriat d'une manière générale et les concepts de base qui lui sont liés, ainsi que l'entrepreneuriat en Algérie d'une manière particulière.

Le deuxième chapitre aborde les formes de l'entrepreneuriat, et leurs processus ainsi que leurs avantages et inconvénients. Le troisième chapitre est consacré à l'étude et la présentation de quelque étude de cas pratiques ainsi que la méthodologie de recherche et l'interprétation des résultats obtenus.

**CHAPITRE I :**  
**ENTREPRENEURIAT ; CONCEPTS DE BASE ET**  
**CONTEXTE ALGERIEN**

## **CHAPITRE I :**

### **ENTREPRENEURIAT ; CONCEPTS DE BASE ET CONTEXTE ALGERIEN**

#### **Introduction**

L'entrepreneuriat a connu des périodes pleines de contributions et de théories scientifiques par des chercheurs et des scientifiques depuis le XVI<sup>e</sup> siècle, les recherches dans ce domaine se sont poursuivies jusqu'à nos jours, où l'entrepreneuriat est devenu le fondement le plus important du développement économique.

Nous signalons que l'entrepreneuriat en Algérie est né grâce aux réformes engagées par les pouvoirs publics il y a un peu plus de 20 ans. C'est à partir des années 1990, suite aux changements sur tous les plans, internes et externes qui fait l'Algérie s'orienter vers une nouvelle organisation ayant pour pierre angulaire encourager et développer l'esprit d'entreprise.

Ce premier chapitre sera consacré à l'entrepreneuriat et présentera le cadre théorique de l'entrepreneuriat, ses différentes définitions, les quatre paradigmes de l'entrepreneuriat ainsi que ses concepts et ses notions de base. La deuxième section donnera un aperçu sur l'entrepreneuriat en Algérie, la PME également et son évolution.

#### **Section I : Cadre conceptuel de l'entrepreneuriat**

La compréhension du phénomène de l'entrepreneuriat ne peut être réalisée avec une simple synthèse des définitions élaborées par plusieurs auteurs. Chaque auteur explique de manière différente le concept et la façon dont il approche le phénomène.

##### **1. L'entrepreneuriat : définition et paradigmes**

###### **Définition de l'entrepreneuriat**

A l'heure actuelle, l'entrepreneuriat est un phénomène complexe qui intéresse plusieurs disciplines. SCHUMPETER, FAYOLLE, HERNANDEZ et d'autres se sont concentrés sur la recherche d'une définition complète. Il faut savoir que l'entrepreneuriat est multidimensionnel, c'est-à-dire il n'existe pas une définition unique propre à ce terme. FAYOLLE (2003, p11), affirme cette complication « *Tenter de définir l'entrepreneuriat*

*constitue un exercice difficile, car les entrepreneurs et les activités entrepreneuriales ne sont guère aisés à identifier et à étudier, et le phénomène est hétérogène, complexe et équivoque ».*

Selon JULIEN et MARCHESNAY (1996, p8), le mot « entrepreneuriat » a été choisi au Québec par le conseil de la langue française, au détriment du terme anglais « entrepreneurship ». Ce mot désigne « *l'état (la qualité) de celui ou de ceux qui sont entrepreneurs. Cet état résulte de plusieurs facteurs plus ou moins complémentaires, l'esprit d'entreprise, la création d'entreprise et l'action d'entreprendre ou de conduire une entreprise en étant entrepreneur ».*

L'entrepreneuriat est la mise en action d'une personne ou d'un groupe de personnes qui a su identifier un nouveau produit ou marché (opportunité) et qui souhaite l'exploiter dans le but de créer de la richesse.

Selon JULIEN et CADIEUX, (2010, p.25) : « *entrepreneuriat, c'est l'action humaine, soutenue par le milieu environnant, générant de la valeur sur le marché par la création ou le développement d'une activité économique, évoluant avec cette valeur pour finalement affecter l'économie, et ce, dans le but de mieux répondre aux besoins individuels et collectifs d'un territoire ».*

Quant à la définition de TOUNES (2003), il semble la plus générale car il apprécie l'entrepreneuriat comme un processus dynamique et complexe. Il est le fruit de facteurs psychologiques, sociaux, culturels, politiques et économiques. Il prend la forme d'attitudes, d'aptitudes, de perception, de motivation et de comportements qui se manifestent dans un contexte donné. Il peut s'exprimer sous diverses formes telles que l'intrapreneuriat, la franchise, l'essaimage, la reprise et la création ex-nihilo qui constitue pour nous la manifestation la plus connue dans l'entrepreneuriat.

(FAYOLLE, 2004) de son côté, définit l'entrepreneuriat :

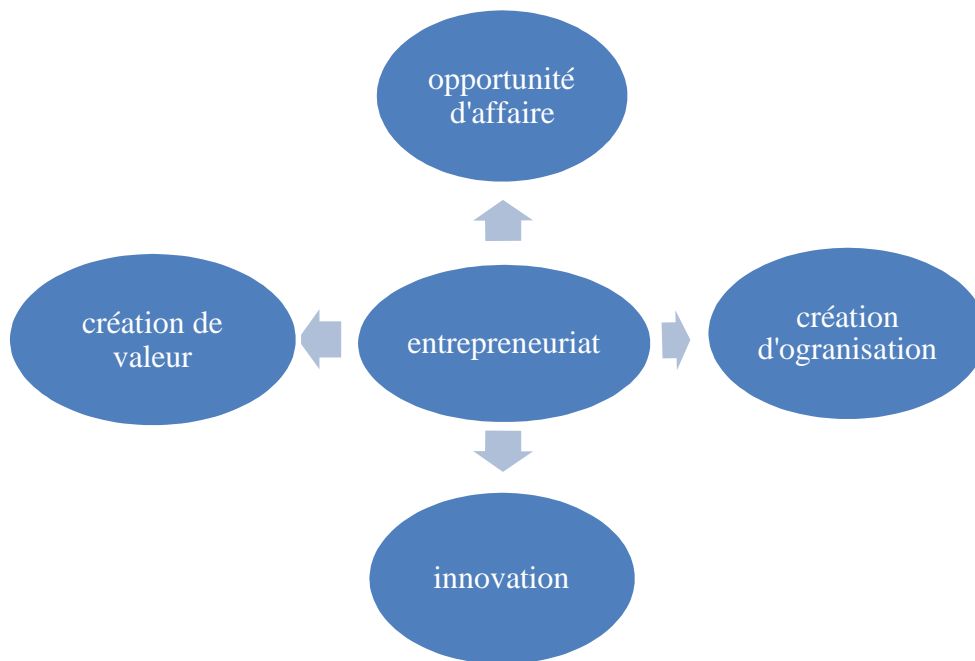
- En tant que phénomène économique et social, qui s'intéresse aux effets et résultats de l'activité entrepreneuriale (innovation, création d'emplois, etc.).
- En tant qu'objet spécifique de recherche, il s'intéresse à des comportements individuels et/ou organisationnels adoptés dans un processus de découverte et d'exploitation d'opportunités.

- En tant que domaine d'enseignement, il se focalise sur des cours spécifiques et des connaissances utiles pour entreprendre sont basées sur des comportements bien déterminés.

### Paradigmes de l'entrepreneuriat

FAYOLLE et VERSTRAET (2005) identifient quatre courants de pensée ou paradigmes, qui définissent le domaine de la recherche en entrepreneuriat : le paradigme de l'opportunité d'affaires, le paradigme de la création d'une organisation, le paradigme de la création de valeur et le paradigme de l'innovation.

Figure n°1 : Paradigmes de l'entrepreneuriat



Source : FAYOLLE et VERSTRAET (2005, p. 55)

### Paradigme de l'opportunité d'affaire

Ce paradigme repose sur l'idée que l'entrepreneuriat est un processus de découverte, d'évaluation et d'exploitation des opportunités. En vue d'éclairer le concept de l'opportunité TIMMONS(1994) y associe le contrôle des ressources nécessaire à l'exploitation de l'opportunité. BYGRAVE et HOFER (1991) concilient ce paradigme à celui de la création d'une entité. SHANE et VENKATARAMAN (2000) s'inscrivant dans ce paradigme tentent

d'y intégrer à la fois une approche processuelle (découverte, évaluation et exploitation de l'opportunité) et des individus (découvreurs, évaluateurs et exploiters).

Par ailleurs, les opportunités ne se laissent pas saisir à la façon dont on peut cueillir un fruit mur. Le plus souvent, cette détection provient d'une recherche plus ou moins explicite d'informations. Selon certains auteurs l'information est étudiée selon deux orientations. Le premier s'intéresse au processus cognitif utilisé par certains individus pour identifier les opportunités, les travaux de GAGLIO et TAUB (1992), de KAISCH et GILAD (1991), HILLS (1995) sont symptomatiques d'une telle perspective.

COOPE, FOLTA et WOO (1995) montrent que les entrepreneurs manquant de pratique reçoivent davantage d'informations que les entrepreneurs expérimentés. La seconde orientation prend le point de vue du marché pour considérer l'environnement comme porteur d'information à collecter, à analyser et à interpréter.

Il est essentiel de créer ou préparer des opportunités et à les exploiter pour réaliser les objectifs visés. Mais l'idée ne mérite pas moins d'attention, selon BRAZEAL et HERBERT (1999), l'entrepreneuriat ne peut s'imaginer sans cette dernière. L'entrepreneur doit mettre l'imagination provenant de lui-même et de son entourage, au service de ses affaires. NYSTROM (1995, p32) dit que « *l'entrepreneuriat est une projection de la réalisation de nouvelles idées par des individus aptes à utiliser l'information et à mobiliser les ressources nécessaires à la mise en œuvre de leurs visions* ».

### **Le paradigme de la création d'une organisation**

C'est un courant initié par GARTNER (1990) qui considère que l'émergence organisationnelle est le processus d'organisation dont le résultat est la création d'une nouvelle organisation. Il illustre l'acte de création par une citation de COLLINS et MOORE (1964) où ces derniers reconnaissent aux entrepreneurs la capacité à transformer leurs rêves (leur vision) en action par la création d'une affaire ou d'une organisation. (FAYOLLE, VERSTRAETE, 2005, p37)

SCHUMPETER (1935) estime que l'entrepreneur conçoit l'organisation. BYGRAVE et HOFER ont affirmé qu'il est primordial de s'organiser pour pouvoir exploiter l'opportunité. C'est-à-dire l'entrepreneur une fois qu'il détecte une opportunité, crée une organisation pour l'exploiter

Pour ce courant l'entrepreneuriat est lié à la création d'une organisation, par une ou plusieurs personnes. Grace à GARTNER dans sa conception en 1985, il a mis en exergue le concept de l'émergence organisationnelle. Il a fait le constat que la création d'une organisation est un processus complexe et multidimensionnel. Plus tard, d'autres auteurs (ALDRICH, 1999 ; SHARMA et CHRISMAN, 1999 ; HERNANDEZ, 2001, ...) ont adopté sa conception et ont consacré leurs travaux à l'étude du phénomène d'émergence organisationnelle. (FRANCOIS, V., 2013).

### **Le paradigme de la création de la valeur**

La création de valeur a été empiriquement identifiée comme un thème situé au cœur de l'entrepreneuriat par GARTNER (1990). Ce paradigme définit l'entrepreneuriat comme un phénomène qui crée de la valeur qu'elle soit individuelle, économique ou bien sociale. BRUYAT (1993) pense que le champ de l'entrepreneuriat s'inscrit dans la relation dialogique, individu/création de valeur ; l'individu est une condition nécessaire pour la création de valeur.

En outre « *la création de la valeur occupe une place déterminante dans la vie de son acteur. Elle influe son activité, ses buts, ses moyens, son statu social, etc. Ainsi, elle modifie même ses caractéristiques (savoir-faire, valeurs, attitudes, etc.)* ». (BRUYAT, 1993, p57). Le système entrepreneurial décrit (création de valeur → individu) est en interaction avec son environnement et se trouve « embarqué » dans un processus par rapport auquel le temps constitue une dimension incontournable. (BRUYAT et JULIEN, 2001)

Pour FIRCHHOFF (1994 et 1997), l'entrepreneuriat constitue un mécanisme majeur dans le processus de création de valeur. Mais, la création de valeur relève de la diversité des pratiques qui ne s'inscrivent pas toutes dans l'entrepreneuriat.

VERSTAETE conclut que ce paradigme est complémentaire de celui de la création d'une organisation (1999). Récemment (2002,2003) il précise alors son acceptation de la valeur en recourant au courant de recherche sur les stakeholders <sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Stakeholders sont l'ensemble des acteurs ayant un intérêt dans l'entreprise. Il y a les acteurs internes à l'entreprise, les dirigeants et les salariés et ceux externes, les clients, les créanciers et les actionnaires. Leurs intérêts et peuvent diverger.



### Le paradigme de l'innovation

« *L'innovation est l'instrument spécifique de l'entrepreneur* » (DRUCKER, 1985, p30), c'est-à-dire l'entrepreneur et l'innovation sont indissolublement liés puisque la créativité est considérée comme un moyen déclencheur de l'acte d'entreprendre (BRAZEAL et HERBERT, 1999, p23).

Selon CARLAND, HOY et BOULTON (1984, p9), « *l'innovation est ce qui distingue les entrepreneurs des managers. L'innovation peut prendre de nombreuses formes différentes (un nouveau produit ou service, nouvelles méthode de production, nouvelles sources de matières premières, etc.)* ».

Selon DRUCKER (1985), l'innovation est la fonction spécifique de l'entrepreneuriat, il considère l'innovation comme une condition de création de valeur, autre paradigme vu précédemment.

JULIEN et MARCHESNAY (1996, p35), rejoignent DRUCKER lorsqu'ils affirment : « *l'innovation est le fondement de l'entrepreneuriat...* ». Ils précisent leurs acceptions de l'innovation. De nature technologique ou organisationnelle. L'innovation peut être radicale, systématique, sporadique ou globale. Dans la littérature le vocabulaire le plus utilisé est l'innovation de rupture (radicale) ou incrémentale.

En plus des contributions précédentes, MARTIN (1994), indique que l'innovation est la source de développement économique. Il considère que l'entrepreneuriat est une condition de l'exploitation de l'innovation à travers diverses formes telles : la création ex-nihilo, les partenariats entre les firmes spin-off<sup>2</sup>, intrapreneuriat ou encore l'acquisition.

### 2. Les concepts de l'entrepreneuriat

La littérature portant sur l'entrepreneuriat étudie autours de trois concepts. Alors nous allons mettre la lumière sur ces concepts tels : l'entrepreneur, l'esprit d'entreprise et l'innovation.

---

<sup>2</sup> Le spin off est une expression financière anglo-saxonne désignant une stratégie de valorisation des actifs d'une entreprise. Le spin off consiste à créer une nouvelle société totalement indépendante à partir d'une branche d'activité existant préalablement au sein d'un groupe.

### L'acteur de l'entrepreneuriat : L'entrepreneur

Le concept de l'entrepreneur est très ancien, il a été évolué avec le temps. Il existe plusieurs typologies et théorie qui traitent de cet acteur « entrepreneur ». C'est un concept qui n'a pas une définition universelle. Pour CASSON (1991, p.9) « *il n'existe aucune théorie de l'entrepreneur qui fasse l'unanimité au sein de la communauté scientifique* ».

CANTILLON (1726), est le premier qui a fait rentrer le mot « entrepreneur » dans la théorie économique, pour lui un entrepreneur est une personne créative, un preneur de risque, il a définie l'entrepreneur ainsi : est celui qui s'engage de façon ferme vis-à-vis d'un tiers, sans garantir de ce qu'il peut en attendre. De son coté SCHUMPETER (1883-1950) a développé considérablement les études sur l'entrepreneur. Selon lui l'entrepreneur est un agent économique dont la fonction est de créer de nouvelles combinaisons productives. D'après l'auteur l'entrepreneur est une personne capable de transformer une idée en une innovation réussie. L'entrepreneur donc est un innovateur qui possède un savoir faire, il rassemble des ressources pour créer et développer des entreprises et surtout c'est une personne qui a le gout de la prise de risque. selon le Gand Dictionnaire, l'entrepreneur est défini comme « *une personne, ou groupe de personnes, qui crée, développe et implante une entreprise dont il assume les risques, et qui met en œuvre des moyens financiers, humains et matériels pour en assurer le succès et pour réaliser un profit* ».

L'entrepreneur est un acteur principal dans le domaine d'entrepreneuriat, être un entrepreneur c'est un état d'esprit et un mode de vie. L'entrepreneur c'est quelqu'un qui identifié un problème dans la société, il travail a rassemblé les ressources (financière, matériel et humaine) qui lui permet d'apporter une solution durable pour produire et commercialise tout en cherchant son intérêt. Selon JULIEN et MARCHENSAY (1988), l'entrepreneur est : « *celui qui sait imaginer du nouveau, qui a une grande confiance en soi, qui est enthousiaste et tenace, qui aime résoudre les problèmes, qui aime diriger, qui combat la routine et refuse les contraintes* ». (TOUNES, 2003, p17).

Pour finir, l'entrepreneur est celui qui dirige l'entreprise qu'il a créé, qui possède des qualités particulières qui met en œuvre des nouvelles méthodes au sens économique, l'entrepreneur est celui qui combine des ressources de la main-d'œuvre, des matières premières et d'autre actifs pour leur donner une valeur plus grande qu'auparavant, ou encore celui qui introduit des changements, des innovations et un ordre nouveau.(TOUNESS, 2003, p.18).

### Les caractéristiques de l'entrepreneur

Certain des auteurs ce sont penchés sur les caractéristiques démographiques, comme le sexe, l'âge, l'ethnicité ou l'état civil. D'autre a des caractéristiques psychologiques uniques à savoir : les valeurs (éthique et responsabilité..) ; d'attitudes (prise de risques, d'initiatives, autonomie..), besoins (indépendance, réalisation, reconnaissance..). L'entrepreneur est celui qui présente ces traits distinctifs et ces caractéristiques particulières qui lui permettent de se distinguer des non entrepreneurs.

Les caractéristiques de l'entrepreneur sont variées, des études de plusieurs auteurs montre qu'un entrepreneur porte les caractéristique suivants : le besoin d'accomplissement, innovateur, initiateur et un preneur de risque.

#### a. Le besoin d'accomplissement

Le besoin de l'accomplissement est la caractéristique la plus connu, les travaux de CLELLAND (1961, 1965,1969) <sup>3</sup> ont mis en avant le rôle de la notion de besoin d'accomplissement dans la construction de la personnalité de l'entrepreneur pour lui ce dernier est l'un des éléments indissociable des caractéristique de l'entrepreneur. Cette notion se caractérise par sa volonté d'établir ses propres objectifs et les atteindre par soi même effort et il préfère être le responsable des solutions des problèmes c'est-a-dire être son patron.

#### b. Entrepreneur innovateur

Pour SCHUMPETER seuls les individus qui sont capables d'innover méritent l'appellation d'« entrepreneur ». L'innovation, la créativité et la découverte d'opportunités constituant des éléments clés du phénomène entrepreneurial. S'inscrivent dans ce courant de pensée, des économistes qui ont travaillé sur l'innovation (notamment SCHUMPETER et DRUCKER, 1985) ou sur l'opportunité (notamment MISES, HAYEK et KIRZNER) et aussi des spécialistes des sciences de gestion qui considèrent comme essentiel le processus de reconnaissances des opportunités (STEVENSON et JARILLO (1990) ; VENKATARAMAN (1997) ; SHANE et VENKATARAMAN (2000).

---

<sup>3</sup>En se référant à la pyramide de Maslow, le besoin d'accomplissement est dans le 5eme niveau (le sommet de la pyramide), c'est-à-dire que l'individu après la satisfaction de ses besoins primaire, de sécurité...etc. il a besoin de réaliser de soi.

L'innovation ne doit pas être entendue comme devant être nécessairement une innovation de rupture. Elle peut s'envisager également à travers des modifications marginales qui vont permettre à une offre d'affirmer une certaine compétitivité. (FAYOLLE, 2004, p58).

### **c. Un preneur de risque**

Le fait de créer une entreprise présente un risque supérieur. Prendre des risques fait partie du quotidien des entrepreneurs, « *les spécialistes s'accordent pour considérer la prise de risque comme étant une caractéristique qui différencie les entrepreneurs des autres individus* ». (CACHON, 1999, p22). Lors de la création de son entreprise l'entrepreneur doit assumer les risques de différentes natures : financier, professionnel et risque d'ordre familial. On peut dire que la création d'entreprise est réservée à ceux qui ont une moindre aversion au risque.

### **d. L'entrepreneur comme initiateur**

L'entrepreneur est l'acteur du processus entrepreneurial, plusieurs auteurs comme (BOUTILLIER, UZUNIDIS, 1995) ont étudié les caractéristiques de ce dernier. Les premières recherches dans le domaine d'entrepreneuriat ont porté sur l'entrepreneur comme initiateur, acteur du processus, ayant une intention et une volonté pour s'introduire dans le domaine des affaires. Cependant, les caractéristiques de la personnalité d'un entrepreneur sont variées et multiples dont parmi elle nous citons :

### **e. Les traits de caractère**

Les entrepreneurs ont aussi une forte confiance en eux, ils sont donc par définition « optimistes ». Certains entrepreneurs relèvent de valeurs ou d'attitudes face à l'environnement socio-économique. Exemple ; les entrepreneurs recherchent l'indépendance, ils préfèrent gagner moins tout en étant « leur propre maître ». Leur sens d'autonomie est particulièrement poussé.

Enfin les entrepreneurs sont très persévérants. Ils savent que le succès ne viendra pas tout de suite qu'ils devront mettre beaucoup d'énergie pour arriver à leurs fins, qu'ils doivent jouer avec le temps.

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

Un entrepreneur qui sait discerner les occasions d'affaire dans une économie est un entrepreneur innovateur en organisant les ressources.

### **g. L'entrepreneur est un organisateur**

Est celui qui à l'habitude d'organiser les ressources d'une façon originale, ces ressources sont généralement limitées. Il doit être capable de réunir les ressources afin de développer et à commercialiser l'innovation. L'organisation est l'obstacle d'un entrepreneur qui ne sait pas passer de l'idée à l'application.

### **h. L'entrepreneur est un joueur**

Est une personne qui aime les défis, il est vrai que créer une entreprise présente un risque supérieur. Plusieurs études ont montré que l'entrepreneur ne connaît pas ou connaît mal les coûts et les potentialités de son marché

### **i. L'entrepreneur est un leader**

L'entrepreneur est un leader, la force motrice à l'origine de la dynamique économique. (BELLAND et BOUVIER) Il a une vision de l'avenir basée sur des éléments rationnels, une expérience et des intuitions. A partir des années 1980 et suivant les travaux de LEWIN, BENNIS(2007) a réalisé de nombreuses investigations sur le leadership dans les organisations et il a pu tirer ces principaux résultats. (Plane, 2003)

- Le leader a une capacité de vision, c'est-à-dire se projeter dans le futur en tenant compte des contraintes et des opportunités du présent ;
- Capable de gérer des communications permettant de partager au plus grand nombre de personnes les valeurs de l'organisation et les objectifs à atteindre ;
- La confiance définit comme étant la capacité à susciter un sentiment de sécurité chez les autres ;
- La capacité de gérer par soi-même, en connaissant ses qualités et défauts.

### **La force motrice de l'entrepreneuriat : L'esprit d'entreprise**

Lorsque nous exploitons le champ de l'entrepreneuriat, nous rencontrons le concept d'esprit d'entreprise. Ce concept se développe dans la sphère économique. Il est la mentalité qui pousse un individu à créer une entreprise, souvent, mais pas nécessairement à vocation commerciale.

Selon (JULIEN, MARCHENSAY, 1996, p 08), « *l'esprit d'entreprise est l'aptitude d'un individu, d'un groupe social, d'une communauté à : prendre des risques pour engager des capitaux (pour investir) dans une sorte aventure (une entreprise), consistant à apporter quelque chose de neuf (l'innovation), de créatif, ceci en employant et en combinant de la façon la plus performante possible des ressources diverses* ».

Nous devons mentionner qu'il existe une distinction entre l'esprit d'entreprise et l'esprit d'entreprendre: selon (JARNIOU, 2001) l'esprit d'entreprise renvoyé à un ensemble d'attitudes générales positives vis-à-vis à la notion d'entreprise et de celle d'entrepreneur, alors que l'esprit d'entreprendre est davantage relié à la prise d'initiative et à l'action.

### **Le moteur de l'entrepreneuriat : L'innovation**

Le terme « innovation » a changé de sens au cours des années, les définitions de ce terme sont nombreuses et très large, s'accordent sur des points essentiels qui caractérisent l'innovation. L'entrepreneuriat et l'innovation sont associés. Le premier auteur qui a défini l'innovation dans l'aspect économique était SCHUMPETER (1934. P137) selon lui « *l'innovation est l'introduction sur le marché d'un nouveau produit et d'une nouvelles méthode de production, la conquête d'un nouveau marché, l'utilisation de nouvelles matières premières ou la mise en place d'une nouvelles formes d'organisations* ».

La définition la plus courante est celle donnée par l'OCDE à travers le manuel d'OSLO précise qu' « *une innovation est la mise en œuvre d'un produit (bien ou service), ou d'un procédé nouveau ou sensiblement amélioré, d'une nouvelles méthode de commercialisation ou d'une nouvelles méthode organisationnelle dans les pratiques de l'entreprise, l'organisation du lieu du travail ou les relations extérieurs* ». (OCDE, 2055, p46).

On peut dire que l'innovation est un processus multi étape, au moyen de quelle des organisations transforme une idée en un produit, un service ou un processus. Lequel peut être nouveau ou amélioré sur le marché et qui est le fruit de soit même.

### **La Culture entrepreneuriale**

La culture entrepreneuriale reste floue également et recouvre diverses réalité. Pour de nombreux auteurs, elle vise à dynamiser l'esprit d'entreprise. (OCDE, 1998). La culture conditionne et influe-la pensé, les caractéristiques, les actes et les comportements des entrepreneurs. La culture entrepreneuriale serait en effet constituée de qualité et d'attitudes

exprimant la volonté d'entreprendre et de s'engager dans ce que l'on veut faire, elle vise à produire de la nouveauté et du changement.

Elle se veut aussi être une culture de création et de construction. La culture entrepreneuriale valorise les caractéristiques des entrepreneurs (individualisme, besoin de réalisation personnelle, confiance en soi, etc.), et les valeurs de l'entrepreneuriat (autonomie, créativité et esprit d'entreprise).

FORTINE (2002), définit la culture entrepreneuriale à travers son application. Pour lui, elle s'applique à :

- La création et la gestion d'une entreprise ;
- L'approche dynamique et innovatrice d'un employé pour faire progresser une entreprise ;
- La recherche active et dynamique d'un emploi par une personne sans emploi ....

### **Le risque**

CRIMMON et WEHRUNG (1985, p. 1) postulaient que « *la prise de risque comprend deux composantes : le degré de risque des situations et la volonté des individus à prendre des risques* »

DICKSON et GIGILIERANO (1986). Dans leur modèle, le risque entrepreneurial a deux composantes : le risque d'échec et le risque de manquer une opportunité. Plus tard VENKATARAMAN (2000) à développé un modèle plus formel que celui présenté avant. La peur de l'échec, augmente les chances de succès d'une nouvelle entreprise mais diminue la probabilité de la créer effectivement. A l'inverse, un biais vers l'action habituellement motivé par la peur de manquer une opportunité augmente la probabilité de créer une nouvelle entreprise mais diminue les probabilités de succès.

En s'engageant dans un projet d'entreprise, l'entrepreneur accepte de prendre des risques de différentes nature ; le premier risque est financier, car créer une entreprise. C'est souvent engager tout son avoir et en cas d'échec, il va devoir rembourser ces dettes pendant des années. Le second risque, s'est d'ordre professionnel car quitter un emploi pour créer. C'est renoncer à une certaines certitudes, sans savoir de quoi exactement demain sera fait. Le troisième risque, s'est d'ordre familial, car créer c'est accepter de se consacrer plus à son

travail et moins à sa famille. Enfin, le quatrième risque est d'ordre psychique, un échec est souvent très mal vécu et il laisse parfois des traces indélébiles.

### **Section II : Contexte d'émergence et évolution de l'entrepreneuriat en Algérie**

Dans un contexte caractérisé par la libéralisation des marchés, la transition des anciens pays socialistes vers l'économie de marché, la mondialisation, la croissance du chômage et le taux élevé d'échec des nouvelles entreprises créées...ont poussé les pouvoirs et les acteurs économiques à davantage intervenir en faveur de la création d'entreprise et dans l'accompagnement des différentes catégories de porteurs de projets de création d'entreprises. Ainsi, l'appui à la création d'entreprises s'est développé et s'est diversifié afin de répondre aux différents besoins des entrepreneurs potentiels, de l'amont à l'aval de l'acte entrepreneurial.

#### **1. Historique et évolution de l'entrepreneuriat en Algérie**

MELBOUCI (2008) a fait une distinction entre deux périodes cruciales marquant l'histoire de l'évolution de l'entrepreneuriat et du secteur privé en Algérie. En effet, elle possède en matière de création d'entreprises une expérience particulièrement intéressante qu'elle a acquise tout au long des quatre dernières décennies. Il s'agit d'une expérience intervenue dans un pays qui a hérité à l'indépendance d'un nombre peut significatif d'entreprises gérées par des nationaux et qui fut donc à ses débuts un moment de véritables apprentissages pour les créateurs d'entreprises et les institutions d'appui ; cette expérience se déroule en deux périodes délimitées dans le temps.

#### **L'entrepreneur de l'Algérie indépendante**

Après l'indépendance, l'Algérie s'est engagée dans un programme visant la transformation de l'économie en assurant la transformation locale des richesses « les revenus des hydrocarbures assureront le financement d'un vaste programme d'investissements planifiés dans les industries de base la tutelle de l'Etat et dédiées au marché local », et à accroître leur utilisation à l'intérieur de l'économie. l'objectif principal de la politique de développement suivie est de transformer l'économie algérienne en u implantant une industrie de base, en procédant à des transformation des rapports de propriété au sien de l'agriculture et en maîtrisant le commerce extérieur à l'aide des instruments de l'Etat.



L'Etat comme instrument de réalisation et de réussite du projet du développement économique et social se voit confier trois fonctions essentielles : une fonction économique en tant que « grand entrepreneur » devant mettre en place et conduire une économie étatique moderne ; une fonction sociale redistributive faisant de lui un Etat-providence et enfin une fonction de socialisation et de disciplinarisation du citoyen et de la société.

Pendant toute la période (1962-1989) une rapide revue de l'histoire économique et politique, nous rappelle un système politique basé sur un parti unique et un modèle économique centralement dirigé. L'Etat a été pendant plus de 30 ans le principal entrepreneur et employeur, il s'impose ainsi comme propriétaire du patrimoine des entreprises et responsables de leur création, mais aussi de leur gestion. Pour assurer son contrôle sur la gestion de ses entreprises, l'état a mis en œuvre des dispositifs multiples. Il assume également les résultats de la gestion comme on peut l'observer à travers les nombreuses opérations répétées d'assainissement financier prises en charge par le trésor public durant cette période et destinées à rétablir les équilibres financiers de ces entités en déficit chronique.

L'entrepreneur privé de son côté était vu comme « un profiteur » et était accusé d'appartenir à une classe de bourgeoisie exploiteuse (Charte Nationale de 1976). Pour lutter contre toute forme d'exploitation, l'état algérien a limité le champ de l'entrepreneuriat privé. Les entrepreneurs ne doivent investir que dans des activités complétant celles des grandes entreprises d'Etat. La taille de leur affaire ne doit pas dépasser le seuil d'une entreprise moyenne. Il est évident de signaler que l'entrepreneur, même s'il n'a pas été écarté de l'activité économique durant cette période, était encadré par un environnement spécifique : marché non concurrentiel, prix fixés administrativement, monopole d'Etat, bureaucratie (bancaire et administrative) pesante et corruption touchant les différentes sphères de l'économie.

### **L'essor de l'entreprise privée**

Début des années 1980, le processus de désengagement de l'état a ouvert la porte de l'émergence et au renforcement du secteur privé qui jusque-là était principalement concentré dans trois branches : l'industrie alimentaire, le textile et les matériaux de construction.

La loi de 1982 relative à l'encouragement et à l'investissement privatif vise à insérer davantage le secteur privé dans le système de planification nationale et lui faciliter notamment l'accès au crédit et aux importations. Toutefois, vu les événements environnementaux internes

et externes, l'Algérie a brusquement rompu avec son système économique ; elle se lance, à la fin des années 1980, dans la mise en place d'une nouvelle organisation axée sur le marché. Là il y a lieu de s'interroger sur la nouvelle vision de l'entrepreneuriat algérien.

### **La transition vers l'économie de marché**

La décennie 1990 marque inéluctablement un tournant dans le processus de libéralisation de l'économie algérienne. En effet, après l'échec du socialisme et les déficits de la plupart des grandes entreprises d'état, l'Algérie lance de grandes réformes pour instituer l'économie de marché, un arsenal juridique considérable a été développé notamment au cours de l'année 1990 pour asseoir les bases d'une telle transformation : libération des prix (loi 90-01 du 14 avril 1990 sur la monnaie et le crédit, loi de février 1990 sur la fixation des salaires sur une libre négociation (salariés- employeurs), abolition du monopole sur le commerce extérieur, ouverture du capital de certaines entreprises publiques à des actionnaires privés (ordonnance 95-22 du 26 août 1995, ordonnance 97-12 du 19 mars 1997) et création d'un marché financier en 1996.

D'un autre côté, l'état a entrepris sous la pression des institutions monétaires internationales (FMI, banque mondiale, ..) D'encourager l'investissement privé en lui facilitant l'accès au crédit et en diminuer la bureaucratie qui pèse lourdement sur son développement.

Ainsi, le nouveau dispositif législatif et réglementaire garanti plus de liberté aux entreprises privées et aux entrepreneurs en prenant soin de les orienter vers une dynamique beaucoup plus productivement que spéculative. L'Etat vise l'entrepreneur comme acteur principal du développement économique de la nouvelle orientation. Désormais, l'entrepreneur est mis au centre de la réflexion pour l'élaboration des politiques de développement. Plusieurs institutions ont vu le jour rien que pour aider l'entrepreneur à créer et accroître son affaire.

A titre d'exemple, l'Etat a adopté en 2003 une action pour promouvoir et relancer le secteur de l'artisanat. Dans cette phase de transition, l'Etat algérien continue d'assurer un rôle incitatif par l'intermédiaire de l'agence de promotion et de soutien à l'investissement (APSI)<sup>4</sup> qui , grâce aux différents avantages fiscaux qu'elle accorde aux nouveaux entrepreneurs, a entraîné un mouvement important de création de petite et moyenne entreprise.

---

<sup>4</sup> APSI, Agence pour la Promotion et Soutien à L'investissement créer en 1994 et remplacée en 2001 par L'ANDI, Agence National pour le Développement de L'investissement.

Avec la montée du chômage plus récemment surtout les jeunes moins de 30 ans (qui représentent près de 70% de la population) a suscité la création d'aides financières incitatives à la création d'entreprises développées en leur direction dans le cadre de l'agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ). Il reste à signaler qu'il existe un décalage entre les textes et lois réglementaires encourageant la liberté d'entreprendre et leur mise en œuvre.

### 2. L'entreprise

Nous avons considéré nécessaire de définir l'entreprise, en général, pour ensuite nous intéresser à la PME ainsi que les statuts juridiques (les plus répandus) selon la réglementation algérienne.

L'entreprise est une réalité familière dans la vie quotidienne et dans les médias. Depuis les années 70-80, on a assisté à un regain d'intérêt pour l'entreprise, considérée pour les nations comme le fondement de la compétitivité et de l'emploi.

La définition de l'entreprise a fait l'objet d'un large consensus dans la littérature économique, notamment les définitions suivantes nous pouvons tenir en compte ; Selon (OLIVIER, 2009, p72) « *L'entreprise est une structure économique et sociale, juridiquement autonome, comprenant une ou plusieurs personnes et travaillant de manière organisée pour fournir des biens ou des services à des clients dans un environnement le plus souvent concurrentiel (le marché). Elle peut être considérée à la fois comme un agent de production qui combine des ressources et s'insère dans une chaîne d'activité économique, une entité sociale (dimension culturelle et relationnelle) et une réalité politique en tant que lieu d'échanges, de négociation et de confrontation.* »

La définition de l'INSEE français : « *l'entreprise est la plus petite combinaison d'unités légales qui constitue une unité organisationnelle de production des biens et service jouissant d'une certaine autonomie de décision, notamment pour l'affectation des ressources courantes.* »

« *L'entreprise est une structure économique et sociale financièrement indépendante, produisant des biens et services destinés à un marché concurrentiel ou à un marché monopolistique, elle constitue l'unité fondamentale de l'économie de marché.* » (CAPUL, 1998, p171).

### La Petite et Moyenne Entreprise (PME)

La définition adoptée en Algérie est celle retenue par l'Union Européenne, fondée sur trois critères : les effectifs, le chiffre d'affaires, l'indépendance de l'entreprise. Dans l'article 4 du journal officiel, la PME est définie, quel que soit son statut juridique, comme étant une entreprise de production de biens et/ou de services.

Les différents types d'entreprises se présentent comme suit :

**a. Moyenne entreprises (ME) ;** est définie comme une entreprise employant de cinquante (50) à deux cent cinquante (250) personnes et dont le chiffre d'affaire annuel est compris entre quatre cent (400) millions de DA et quatre (4) milliards de DA, ou dont le total du bilan annuel est compris entre deux cent (200) millions de DA et un (1) milliard de DA.

**b. Petites entreprises (PE) ;** est définie comme une entreprise employant de dix (10) à quarante-neuf (49) personnes et dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas quatre cent (400) millions de dinars algériens, ou dont le total du bilan annuel n'excède pas deux cent (200) millions de dinars algériens ;

**c. Très petites entreprise (TPE) ;** est définie comme une entreprise employant de un (1) à neuf (9) personnes et réalisant un chiffre d'affaire annuel inférieur à quarante (40) millions de dinars algériens, ou dont le total du bilan annuel d'excède pas vingt (20) millions de dinars algériens ;

**d. La startup ;** le nom start-up vient du verbe anglais «to start up ». d'origine américaine, cette jeune entreprise au concept innovant se démarque des autres formes juridiques de société. En effet, elle dispose d'un potentiel de croissance élevé et d'une envie d'imposer un produit/une idée unique (ou peu développée) sur le marché.

### La classification selon le statut juridique

En Algérie, les entreprises, selon leurs statuts juridiques (les plus répandus), sont classées comme suit : Entreprise individuelle, entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée, société en nom collectif, société à responsabilité limitée et société par actions.

#### a. L'entreprise individuelle (personne physique)

Cette forme d'entreprise est destinée en général pour les entreprises de taille modeste, sa création ne demande pas de statut ce qui fait que l'accomplissement des formalités

d'inscription au registre du commerce est rapide et simple, son immatriculation confère la qualité de commerçant à son créateur. Et à cause de la confusion entre patrimoine du créateur et celui de l'entreprise, l'acquittement des dettes de l'entreprise peut s'étendre aux biens personnels du créateur.

### **b. L'entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée (EURL)**

Cette entreprise est une société de personne et les biens personnels du créateur sont distincts de ceux de l'entreprise et il ne répondra de ce fait des dettes de l'entreprise qu'à concurrence du capital social. Le capital social minimum exigé est de 100.000 dinars. L'immatriculation au registre du commerce confère la personnalité morale à l'entreprise et la qualité de commerçant au gérant.

### **c. Société en nom collectif (SNC)**

Cette forme est une société de personne (une entreprise familiale en général). Le nombre minimum d'associés est de deux, capital social est divisé en parts sociales et n'a pas de minimum exigé. Tous les associés répondent indéfiniment et solidairement aux dettes de l'entreprise et la gérance appartient à tous les associés, sauf stipulation contraire des statuts ;

L'immatriculation au registre du commerce confère à l'entreprise la personnalité morale et à tous les associés la qualité de commerçants. (Art. 551 et suite du Code du commerce).

### **d. Société à responsabilité limitée (SARL)**

C'est une société de capitaux constituée par un minimum de deux associés et d'un maximum de vingt. Le capital social de sa constitution ne peut être inférieur de 100.000 dinars, et est divisé en parts sociales d'égale valeur nominale de 1.000 dinars au moins. Elle peut être gérée par un ou plusieurs gérants, et les associés répondent aux dettes de l'entreprise à concurrence de leurs apports. L'immatriculation au registre du commerce confère la personnalité morale à l'entreprise et la qualité de commerçant uniquement aux gérants.

### **e. Société par Actions (SPA)**

C'est une société de capitaux regroupant un minimum de sept (7) actionnaires. Le capital social, divisé en actions, minimal pour sa constitution est de 5.000.000 dinars en cas d'appel public à l'épargne, et de 1.000.000 dinars sinon. La responsabilité des actionnaires des dettes de l'entreprise est à concurrence de leurs apports.

Elle est gérée par un conseil d'administration composé de trois membres au moins et de douze au plus, présidé par un président directeur général, contrôlé par un conseil de surveillance. Son immatriculation confère la personnalité morale à l'entreprise et la qualité de commerçants aux membres du conseil d'administration.

### **3. Les politiques publiques de la promotion de l'entrepreneuriat**

En vue d'assurer la promotion et le développement de l'activité entrepreneuriale en Algérie, après son orientation vers une économie de marché et les lourdes conséquences que cela avait causé et ceux du régime délaissé, tant pour l'économie que sur la société ; manque de financement, un taux de chômage élevé et inexpérience des algériens,....

#### **Les services publics d'aide à la création de micro-entreprises**

Durant les années 1990, l'Etat algérien s'est orienté vers des modes de soutien et d'accompagnement pour promouvoir l'entrepreneuriat, afin de faciliter l'accès au financement des projets entrepreneuriaux. Trois organismes phares sont associés à l'aide à la création d'activité en encourageant l'esprit d'entreprise, non seulement parmi les jeunes mais aussi parmi d'autres groupes sociaux.

La mission initiale est l'indemnisation des salariés ayant perdu leurs emplois pour des raisons économiques dans le cadre du PAS, et cela en se basant sur deux types d'encouragement ; par l'allégement fiscal et par des financements directs de l'entreprise créée. C'est un soutien de nature financier. Les porteurs de projets peuvent bénéficier d'un crédit pour lequel ces agences se portent garantes, ainsi que des prêts non rémunérés et une bonification de taux d'intérêts pour les autres types de crédits bancaires. Chacune des agences est destinée à un groupe social bien défini.

#### **La Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC) :**

La CNAC a été créée en 1994, par le décret exécutif n°94-188 du 06 juillet 1994 portant statut de la Caisse Nationale d'Assurance Chômage (Journal Officiel n°44 du 07 Juillet 1994), en tant qu'institution publique de sécurité sociale, sous la tutelle du Ministère du Travail de l'Emploi et de la Sécurité Sociale, ayant reçu pour vocation d'atténuer ou amortir les effets sociaux consécutifs, aux licenciements massifs des travailleurs salariés du secteur économique suite à l'application du plan d'ajustement structurel (PAS).

Cette mission est toujours valable mais le nombre de personnes au chômage bénéficiant de l'allocation de la CNAC est très limité. Sa mission de puis sa création est d'indemniser du chômage au profit des travailleurs salariés ayant perdu involontairement leur emploi. A partir de 1998 et jusqu'en 2004, la CNAC a acquis une nouvelle mission qui est la réinsertion des chômeurs allocataires qui est l'aide à la recherche d'emploi et l'aide au travail indépendant à travers des formations par les conseillers animateurs dans des centres dotés d'infrastructures et d'équipements. Actuellement, ses activités ont été élargies à l'aide à la création d'activités économiques et est ouverte à tous les travailleurs licenciés, ainsi que, les chômeurs âgés entre 30 ans et 50 ans.

### **L'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ)**

L'ANSEJ a été créée en 1996, par le décret exécutif n°96-296 du 08 septembre 1996 portant création et fixant les statuts de l'agence nationale de soutien à l'emploi de jeunes. Elle soutient l'emploi des jeunes et vise à accompagner la création et l'extension des activités des entreprises de biens et services par les jeunes porteurs de projets à travers le programme de micro-entreprises. Son objectif est l'encouragement de toutes formes d'actions et de mesures tendant à promouvoir l'entrepreneuriat.

L'ANSEJ a pour mission : soutenir, conseiller et accompagner les jeunes promoteurs dans le cadre de la mise en œuvre de leurs projets d'investissement ; financer des projets et assurer le suivi des investissements réalisés par des jeunes entrepreneurs ; programmer une formation sur la technique de gestion de la micro-entreprise ; enfin développer des partenariats intersectoriels pour l'identification des opportunités d'investissement... Depuis sa création au 30/12/2016, l'ANSEJ a financé un total de 367980 projets et ces projets ont généré plus de 878264 emplois.

A partir de 2021, l'ANSEJ est devenue l'agence nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat. (ANADE). Tous les dispositifs offerts par cette agence sont présentés au profit des jeunes promoteurs. En Algérie, la notion de jeune concerne toutes les personnes âgées entre 19 ans et 35ans, voir 40 ans dans le cas des dirigeants d'entreprises.

### **L'Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI)**

A partir de 2001, l'ANDI va remplacer l'APSI, Agence de Promotion de Soutien et de Suivi de l'Investissement qui fut créée en 1993. L'ANDI véhicule une nouvelle vision de l'Etat vis-

à-vis des grands capitaux nationaux et internationaux qui vise en cet effet à stimuler l'industrie et s'inscrit dans la logique d'attractivité du territoire. C'est une institution gouvernementale qui a pour mission la facilitation, la promotion et l'accompagnement de l'investissement et de la création d'entreprise. Elle est destinée aux projets d'investissement supérieur à 135000 dollar US à travers des exonérations et des réductions fiscales (par exemple des droits de douanes pour les équipements) et cela pendant trois ans. (AKNINE et FERFERA, 2014).

### **L'Agence Nationale pour la Gestion des Microcrédits (ANGEM) :**

Créée en 2004, cette agence représente un outil de lutte contre le chômage et vise à favoriser l'auto emploi. Elle a pour mission de favoriser la création de micro-entreprises dans les zones urbaines et rurales, et d'encourager l'émergence d'activités économiques et culturelle génératrices de revenus dans les zones rurales.

### **L'Agence Nationale de Développement de la Petite et Moyenne Entreprise (ANDPME)**

C'est l'Agence Nationale de Développement de la PME. Elle a été créée par décret exécutif n°05-165 du 03 mai 2005. C'est un établissement public à caractère administratif, sous la tutelle du ministère de l'Industrie de la PME et de la Promotion de la PME. L'ANDPME est l'instrument de l'Etat en matière de mise en œuvre de la politique nationale de développement de la petite et moyenne entreprise.

A ce titre l'agence a notamment pour mission de mettre du programme national de mise à niveau des PME et d'en assurer le suivi, de promouvoir l'expertise et le conseil en direction des PME et de suivre l'évolution des PME en termes de création, de cessation et de changement d'activités.

### **Les structures d'accompagnement et de conseil**

En outre des agences de soutien financier, les entrepreneurs ont à leur disposition des structures qui assurent la formation, l'aide dans l'élaboration des projets, le coaching, l'hébergement, la mise en contact avec un réseau de soutien.



### **L'Agence Nationale de Valorisation des Résultats de la Recherche et du développement technologique (ANVREDET) :**

Créée par décret exécutif n°98-137 du 3 mai 1998 et placée sous la tutelle du ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique (MESRS), cette agence a pour mission de mettre en œuvre, en relation avec les structures et organes concernés, la stratégie nationale de la valorisation des résultats de la recherche et du développement technologique.

L'ANVREDET a pour mission et objectif l'identification et la sélection des innovations et leur promotion, pour ensuite les accompagner jusqu'à la mise en place de l'entreprise. Un deuxième rôle de l'agence est d'assister les innovateurs dans la prise en charge des prestations relatives à la protection de la propriété intellectuelle, la réalisation de prototype, le plan d'affaire, le partenariat et le montage financier. Elle sert d'interface d'échange entre la recherche et les secteurs en matière de demande et d'offre en innovation.

### **Les incubateurs d'entreprises :**

La mise en place de l'Agence nationale de Promotion et de Développement de Parcs Technologiques (ANPT)<sup>5</sup> d'Alger en janvier 2007 par décret exécutif n°04-91 du 24 mars 2004 a permis la création de « l'incubateur d'Alger » en janvier 2010.

Cette structure accorde la propriété aux projets innovants en matière de TIC (Technologies de l'information et de la télécommunication) pour bénéficier des opérations d'accompagnement et d'orientation assurés par les parcs technologique. Le succès de l'incubateur d'Alger, a encouragé la création d'autres incubateurs au du territoire national, concrétisée par la création de l'incubateur d'Ouargla, l'incubateur de Sidi Abdellah en 2009, les incubateurs universitaires, de l'Institut National des Télécommunication et des Technologies de l'Information et de la Communication (INTTIC) d'Oran (mars 2012) et de l'université Hadj Lakhdar à Batna (avril 2013).

Il existe aussi des initiatives provenant d'acteurs économiques privés, avec un objectif similaire que celui de la promotion de l'intention et l'action entrepreneuriale. On peut citer à titre d'exemple l'incubateur privé « Alinov Algérie » ;

---

<sup>5</sup> Instrument de l'Etat en matière de conception et de mise en œuvre de politique nationale de promotion et de développement des parcs technologiques en vue de favoriser la génération et la commercialisation de l'innovation à travers une maîtrise et le transfert de connaissances et compétences technologiques.

Alinov est le premier incubateur privé algérien. Il a été lancé en février 2009 par le cabinet « Alliance Consulting AC » avec le soutien du réseau de consulting international MédafCo-Développement. Son objectif est de contribuer à la mise en place d'un écosystème favorable au développement de l'entrepreneuriat en Algérie, en travaillant en étroite collaboration avec toutes les parties prenantes notamment les organismes de formation, les consultants, les incubateurs, les établissements financiers et l'administration publique.

### Conclusion

Dans ce premier chapitre, nous avons abordé le cadre théorique de notre recherche, notamment au sein du champ de l'entrepreneuriat en donnant quelques définitions, notions et concepts de base pour éclairer ce vaste phénomène complexe. Ensuite, il nous a semblé important de donner un aperçu sur l'historique et l'évolution de l'entrepreneuriat en Algérie, les politiques publiques de la promotion de l'entrepreneuriat.

Enfin, nous avons ajouté des généralités sur l'entreprise, les PME et leurs classifications selon le statut juridique en Algérie, à cause du rôle que cette dernière joue dans la vie économique ; elle est considérée comme une cellule de richesse, une source de satisfaction des besoins économiques et sociaux en matière de croissance économique et d'absorption de chômage.

## **CHAPITRE II :**

# **LES FORMES DE L'ENTREPRENEURIAT**

*« Tu peux tout accomplir dans la vie si tu as le courage de le rêver, l'intelligence d'en faire un projet réaliste et la volonté de voir ce projet mené à bien »*

**Sidney A.Friedman**

## CHAPITRE II :

### LES FORMES DE L'ENTREPRENEURIAT

#### Introduction

Souvent, si on demande à une personne de définir l'entrepreneuriat, la réponse est « c'est la création d'entreprise ». On confond souvent, à tort, l'entrepreneuriat avec la création d'entreprise, mais on ne peut pas négliger le fait qu'il existe un rapport entre l'entrepreneuriat et la création d'entreprise. C'est un malentendu que nous devons corriger.

Il est exact que pour entreprendre, il faut avoir une idée réalisable, des attraits et caractéristiques particulières, néanmoins, il est indispensable d'avoir des connaissances sur l'entrepreneuriat, et qu'entreprendre peut apparaître en plusieurs expressions.

« L'entrepreneuriat n'implique pas nécessairement, mais peut comprendre, la création de nouvelles entreprises » (Shane et Venkataraman, 2000), ajoutant à cette affirmation, « L'entrepreneuriat peut se produire même au sein d'une organisation existante » (Amit, Glosten et Mueller, 1993). Donc, l'acte d'entreprendre se manifeste sous plusieurs formes. Essentiellement, on y trouve cinq (05) manières d'entreprendre : la création d'entreprise comprenant « la création ex-nihilo, la franchise et l'essaimage », la reprise d'entreprise et l'intrapreneuriat, que nous allons présenter dans ce deuxième chapitre.

Le présent chapitre, comprend trois sections. Dans la première, nous présenterons la première forme qui vient à l'esprit de tout individu quand ca parle entrepreneuriat ; la création d'entreprise, dans la deuxième section, nous passerons à une autre formes qu'est la reprise d'entreprise. Dans la troisième section, nous laissons nous allons finir par une conclusion.

#### Section I : la création d'entreprise

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

##### 1. La création ex-nihilo :

On dit qu'une création ex-nihilo, appelé aussi création pure, est une création à partir de rien ou de zéro, l'entreprise est donc indépendante et exerce une activité nouvelle. Dernièrement, on parle d'une entreprise innovante ou start-up. Créer son entreprise en cette forme, renvoie à

entreprendre sans rachat de fonds de commerce, ni de reprise d'entreprise ou d'activité, ni d'entreprises mères, etc. C'est une forme entrepreneuriale très difficile, car l'entrepreneur aura besoin du temps pour implanter son projet et pour se faire connaître sur le marché. Mais en termes d'accomplissement personnel, c'est la forme la plus satisfaisante, du fait de son indépendance lors de la construction du projet et de son autonomie.

« Une création est dite pure si l'activité exercée ne constitue pas la poursuite d'une activité de même type exercée antérieurement au même endroit par une autre entreprise » (COUNOT et MULIC, 2004, p4).

### **Comment se passe une création ex-nihilo ?**

La réussite de la création d'une entreprise exige de suivre une démarche rigoureuse et consciente. Pour cela, l'entrepreneur doit mettre sur pied sur une idée logique. Une fois l'idée mise en place, il faut simplement passer à la concrétisation du projet qui consiste à faire une analyse du marché, l'élaboration d'un plan d'affaires, l'étude des faisabilités ainsi que l'équilibre de leur modèle économique.

### **L'idée de la création d'une entreprise :**

Il est impératif, avant même de se lancer dans le processus de création, de trouver une idée. C'est la toute première étape et la base de la naissance d'une entreprise. « *L'idée est personnelle et peut servir dans différentes circonstances de la vie, elle peut être stimulée, provoquée ou venir spontanément ou bien dériver d'une expérience, intérêt et connaissances personnels* ». (FAYOLLE, 2004, p87)

L'idée qui va aboutir à la création d'une entreprise doit être mûrement réfléchie, et peut avoir de nombreuses origines (expérience professionnelle, un savoir-faire, une formation), ou tout simplement, être le résultat d'une observation attentive de l'environnement

### **L'étude de marché :**

Une étude de marché est un travail de collecte et d'analyse d'informations dans le but d'identifier les caractéristiques d'un marché afin de réduire les incertitudes et minimiser les risques. C'est pour cela qu'on doit se poser les questions suivantes :

- Qu'est-ce que je veux vendre ? Quelles sont ses principales caractéristiques ?
- A qui est-ce que je vais vendre (définir sa clientèle) ? Quelles sont leurs caractéristiques ?
- Qui sont mes concurrents ?

- Où implanter son entreprise?
- Comment vendre et comment se faire connaître?

### **- Pour quoi faire une étude de marché :**

Une étude de marché est une étape obligatoire qui ne doit pas être ni négligée, ni prise à la légère, car elle permet d'acquérir une connaissance approfondie de son secteur et d'identifier les besoins du marché visé, de même que ses avantages par rapport à la concurrence et déterminer la place que l'entreprise entend occuper. C'est un outil d'aide à la prise de décisions financières car à partir des résultats obtenus qu'on peut préparer les prospections, établir l'offre commerciale et estimer les prévisions financières (CA à titre d'exemple).

### **Comment faire une étude de marché :**

L'étude de marché se fait en effectuant une recherche documentaire auprès des sources d'informations existantes et en récoltant les informations parues dans la presse émanant de la concurrence. La visite des salons, foires, expositions et autres manifestations, interroger les professionnels, prescripteurs, donneurs d'ordre et fournisseurs en menant une enquête par questionnaire, entretiens ou mini-test auprès de la clientèle potentielle, et observer les concurrents sur le terrain, servira parfaitement pour méthode d'investigation

L'étude de marché est la pierre angulaire pour la rédaction de plan d'affaire.

### **L'élaboration d'un business plan :**

Le BP (*Annexe n°4*) « est un document écrit, synthétique et prospectif qui représente le projet, il doit être simple, précis et clair, c'est-à-dire permettre à n'importe quel lecteur de cerner l'idée et la viabilité du projet en équilibrant l'aspect technique, l'aspect stratégique et l'aspect financier » (LEGER-JARNIOU, 2011, p.7-9).

Le plan d'affaires présente les éléments essentiels du projet, et notamment la nature spécifique et l'opportunité du projet étayée par une analyse du marché et de la concurrence, l'équipe qui la développe et sa cohérence avec le projet, les ressources nécessaires à sa réalisation et des prévisions financières à 3 ou 5 ans...

### **L'étude financière du projet :**

Pour durer, l'entreprise doit être rentable. L'objectif ultime d'une étude financière est de définir toutes les ressources financières nécessaires pour couvrir les besoins financiers liés au

projet de création, et à vérifier sa rentabilité. Pour un bon résultat, le créateur devra suivre la démarche suivante :

- Elaborer un plan de financement : c'est un tableau composé de deux colonnes, une colonne des besoins et une autre pour les ressources financières, si ces dernières sont inférieures aux besoins, il faudra trouver une ou des solutions pour équilibrer entre les deux ;
- Elaborer un compte de résultat prévisionnel qui permet d'avoir une vue générale de la vie de l'entreprise pendant une période déterminée ;
- Elaborer un plan de trésorerie : « *un plan de trésorerie est un tableau permettant de mettre en évidence les décalages entre tous les encaissements et tous les décaissements de l'entreprise au cours d'une période donnée. Pour une création d'entreprise, on l'établit généralement sur un an en retenant une périodicité mensuelle.* » (GREVET.A, 2013)

### **Le choix de statut juridique et la démarche administrative:**

Donner au projet de création d'entreprise un cadre juridique c'est lui donner sa légalité. Ce choix repose sur un certain nombre de critères :

- La nature de l'activité ;
- Le régime fiscal et social ;
- La volonté de s'associer, le mode de financement et les besoins financiers ;
- Le fonctionnement et le management de votre entreprise.

### **- Les procédures administratives de création :**

La procédure administrative de création se résume en l'accomplissement. Après avoir choisi l'activité, déterminé le lieu d'implantation de l'entreprise, le mode de financement ainsi que sa forme juridique, il est temps de commencer à accomplir les formalités d'inscription au registre du commerce (Ministère du Commerce). Pour commencer, chaque entreprise doit consulter le CNRC pour la dénomination de l'entreprise, pour ensuite créer son statut et avoir une immatriculation, la carte fiscale et le NIS.

Dans un délai de 24 heures, le propriétaire obtiendra l'extrait du registre du commerce de son entreprise. (Ministère du Commerce, 2017). Donnant obligatoirement lieu à une publication

légale publiée au BOAL<sup>1</sup>. Une fois inscrit au RC, maintenant il doit obtenir un numéro d'Identification Fiscale (NIF)<sup>2</sup> par une demande auprès du Ministère des Finances à la Direction Générale des Impôts (MFDGI). Par la suite, passer à l'ouverture d'un compte bancaire. Enfin

### **Les avantages et les inconvénients :**

#### **Ses avantages :**

Lorsque une création d'à partir de rien, dite ex-nihilo, tout est à l'avantage du créateur (bénéfices, la marque,...), et le créateur est indépendant et aura toute la liberté d'action dans son entreprise, il n'y a pas d'engagements ni de contrats à respecter, ni d'exigences d'une autre partie, à part l'Etat, et le plus important, le bénéfice est complètement pour l'entreprise (le propriétaire) elle-même.

#### **Ses inconvénients :**

Malgré ses avantages, comparant aux autres formes de création d'entreprise, cette forme représente un risque d'une plus élevé et un processus plus long (et lent). Elle nécessite une forte capacité de financement

## **2. La création par franchise**

La franchise a fait preuve dans le monde. Elle connaît aujourd'hui une expansion importante permettant d'améliorer le secteur du commerce, des services et celui de la production.

### **Définition**

*« La franchise est un système contractuel par lequel le franchiseur met à la disposition d'un autre indépendant –le franchisé- sa marque et son enseigne, son savoir-faire, son accompagnement et suivi, ainsi qu'éventuellement une exclusivité territoriale en contrepartie d'un droit d'entrée et de royalties. Le franchiseur lui transmet ainsi les clefs de l'exploitation d'un concept qu'il a déjà expérimenté et dont le succès est avéré. La franchise est donc une des options qui se présentent à un porteur de projet, lui permettant de minimiser les risques liés à la création ».* (C.ZIMMER & A.BELAIS, 2016, p5)

---

<sup>1</sup>Le BOAL (créé en 1965) est un support d'information portant la publication de toutes les informations émanant des études notariales ainsi que des informations relatives aux divers inscriptions portées au RC. Cette publication est obligatoire par la loi algérienne.

<sup>2</sup> NIF : le Numéro d'Identification Fiscale permet d'identifier chaque contribuable et ses obligations fiscales et est l'identifiant unique pour toutes les démarches fiscales.



### **Les principes fondamentaux de la franchise**

Les trois éléments clés de la franchise sont l'enseigne, le savoir-faire et l'assistance. (*Ibid.*)

#### **a. Les signes de ralliement de la clientèle (l'enseigne) :**

Le franchiseur autorise au franchisé l'utilisation de sa marque et l'enseigne, le concept architectural, le système d'identité visuelle et veille au respect de ses prescriptions d'utilisation. Le franchiseur entretient et développe l'image de sa marque.

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

Le franchiseur, par une information et une formation adaptées, transmet au franchisé un savoir-faire; méthode commerciales, techniques, logistiques, informatiques et de gestion ; et contrôle son application et son respect, en revanche, le franchisé s'engage contractuellement à ne pas le divulguer. Ce savoir-faire est secret, consigné par écrit dans des manuels opératoires et procure un avantage concurrentiel.

#### **c. L'assistance technique et commerciale :**

Le franchiseur assure au franchisé un accompagnement technique et commercial ; au montage du projet, à l'ouverture du point de vente et durant la durée du contrat ; pour faciliter la compréhension et la reproduction du savoir-faire transmis, cela permet également au franchiseur de vérifier l'application du concept.

Le savoir-faire et l'assistance du franchiseur, appuyés d'une formation, suivi et conseils au profit du franchisé, rassure ce dernier et lui apportent une certaine protection.

### **Typologie de franchise :**

Les premières franchises se sont développées dans le domaine de la distribution, cependant, avec l'évolution des marchés, la franchise s'est développée et a pris de nouvelles formes. Les principales formes de franchise sont la franchise de production, de distribution et de service. (PETTINATO, 2001, p39-49)

Dans la franchise de production, le franchiseur transmet son savoir-faire, le droit de produire et de commercialiser les produits. Selon la commission des comités européenne « C'est un contrat en vertu duquel, le franchisé fabrique lui-même, selon des indications du franchiseur, des produits, qu'il vend sous la marque de celui-ci.

Dans le cadre d'une franchise de distribution, le franchisé se limite à vendre que les produits sélectionnés par le franchiseur, dans un magasin qui porte l'enseigne du franchiseur. Son objectif principal est uniquement la commercialisation.

Le concept de la franchise de service repose sur l'offre d'une ou plusieurs prestations de services rendues à des professionnels (institut de beauté, location de voiture...), les connaissances personnelles sont essentielles. Contrairement à la franchise de distribution, le franchisé n'aura pas besoin d'approvisionner auprès de son franchiseur, sauf autres indications dans le contrat.

### **Comment devenir franchisé ?**

Devenir franchiseur ne se fait pas grâce à un coup de baguette magique et demande une préparation en amont rigoureuse. Pour ce faire, les étapes à suivre sont les suivantes :

#### **2.4.1 Faire le point sur votre projet:**

Pour cela on doit établir un bilan personnel, faire un point sur vos compétences, sur vos motivations, l'expérience professionnelle que vous avez accumulée. Bien entendu, l'aspect financier doit aussi être pris en compte (êtes-vous capable d'effectuer un apport personnel ? Avez-vous une idée sur le secteur d'activité en question ?).

#### **Faire une étude du marché :**

Après avoir connu votre secteur d'activité et évaluer les ressources financières. Pour préciser son projet et faire le choix, il faut se renseigner sur le secteur d'activité (la clientèle, la concurrence) et sur les réseaux de franchise que vous pourriez rejoindre. Ceci se fait par une étude documentaire (des articles, des sites web..), et ensuite une étude de terrain (analyser la zone d'activité dans laquelle vous souhaitez vous implanter..).

#### **Choisir son franchiseur :**

Plusieurs critères peuvent vous aider à prendre votre décision :

- La réputation, l'ancienneté et la taille du réseau de franchise.
- La rentabilité estimée du franchiseur.
- L'originalité du concept et la capacité à se différencier des concurrents.
- Les dispositifs d'accompagnement ou de formation proposés.
- La qualité des produits ou services vendus.

### **Faire un business plan :**

Le plan d'affaire permet de décrire le projet d'entreprise de manière détaillée (Clientèle ciblée, stratégie, modes de financements, ...). En plus de décrire le marché et les produits ou services vendus. Le business plan s'attarde largement sur les prévisions financières d'au moins les 3 premières années d'activité, et la rentabilité attendue doit aussi être évoquée.

### **Créer votre entreprise :**

Maintenant il ne vous reste plus qu'à créer officiellement votre structure. Pour cela, vous devrez choisir un statut juridique : EURL (lorsque le projet peut être financé seul), SARL, SA, SNC, SPA (lorsque le projet a besoin d'être financé par plus d'une personne).

### **Signer le contrat de franchise : (Annexe n°5)**

Le franchiseur doit communiquer un DIP à son éventuel franchisé, un document rédigé par lui-même où il explique en détails le fonctionnement de son réseau de franchise et les modalités du futur contrat avec ses franchisés. Les deux parties ensuite vont s'accorder sur les différentes clauses que contient le contrat, puis procéder à sa signature.

### **Les avantages et les inconvénients de devenir franchisé :**

Dans la franchise, il y'a tant d'avantages que d'inconvénients.

#### **Les avantages :**

Le franchisé va bénéficier de l'expertise du franchiseur et de la puissance de sa marque pour attirer les clients ainsi de la contribution du franchiseur au processus de publicité et de promotion générale du produit. Il reçoit donc un avantage de se hausser d'un seul cout au niveau national.

Le contrat de franchise représente un justificatif très rassurant auprès des institutions financière et facilite l'obtention d'un financement pour pays les frais de démarrage. Durant toute la durée de la franchise, le franchisé va tirer parti d'un soutien et une formation continus fournis par la firme mère.

L'achat de produits, matériels, équipements et services utilisés dans l'établissement directement auprès du franchiseur à prix réduits. Pour le franchiseur, ceci représente une nouvelle entrée d'argent (les droits d'entrée, redevance, royalties, le profit résultant de l'exploitation,...) et un développement rapide et moins couteux.

### **Les inconvénients:**

La disposition de la propriété est limitée en raison des conditions et des pressions du franchiseur et la position du franchiseur est plus forte lors des négociations ; Exiger au franchisé d'acheter certains matériaux, produits et services auprès du franchiseur, même s'ils sont plus chers que le marché et il y a aussi l'obligation de payer la valeur de la franchise à partir des ventes, ce qui réduit la valeur des bénéfices.

En plus de ça, franchisé ne peut pas être créatif ou innovateur sans l'accord de son franchiseur, ce qui le limite en termes d'accomplissement personnel. Il n'y a pas de garantie que le contrat sera toujours renouvelé. Enfin, la réputation du franchisé peut être affectée négativement, en cas de mauvaise performance de son réseau de franchise ;

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

#### **Définition :**

Deux définitions s'offrent pour comprendre facilement ce que c'est l'essaimage. *«L'essaimage est une pratique volontariste consistant pour une entreprise à aider, avoir à encourager ses employés à créer leurs propres entreprises grâce à toute forme d'appui et d'accompagnement. Elle répond ainsi à une double logique de stratégie, de développement de la flexibilité de l'organisation et de stimulations de l'esprit entrepreneurial latent ».* (DAVAL, 1998, p3)

Cette première définition s'arrête longuement sur la responsabilité que se montre l'entreprise essaimant auprès de ses salariés voulant créer leurs entreprises, et où elle accomplit la mission d'un dispositif d'accompagnement et de soutien.

*«L'essaimage est pratique qui se manifeste lorsqu'un employé entreprend de créer sa propre entreprise ou reprendre une entité existante, indépendante de l'entreprise essaimant, en bénéficiant de la part de cette dernière qu'il quitte, de diverses formes d'appui et d'accompagnement, afin de limiter les risques d'échec »* (DAVAL, 2000, p 92). Cette deuxième définition met en évidence l'initiative individuelle d'un salarié souhaitant créer sa propre entreprise.

BRENET (2000, p4) définit l'essaimage comme étant *« création d'une entreprise par une personne (ou une équipe) qui a quitté son entreprise d'origine, avec l'existence d'un lien formel ou d'influence entre ces deux entreprises ».*

DAVAL, lorsqu'il a parlé de l'essaimage (1998,2008), avait abordé ses conséquences qui sont spécifiquement la création de petites structures, de taille très réduite, autour d'une organisation de taille conséquente, et bien implantée dans le paysage économique local, qui va ainsi bénéficier des nombreux atouts associés aux petites entreprises. Il résulte de cette opération la redynamisation de l'environnement local, et une compétitivité largement accrue du fait de la synergie qui se développe entre les différentes entités constituant « l'essaim ».

Le soutien de l'entreprise d'origine « essaimante » peut prendre diverses formes ; information, formations à la création d'entreprise ou à la gestion, aides financières (à l'instar de prêts sans intérêt, voire des subventions), apports d'expertise et appuis techniques et logistiques, parrainage, transfert de brevet et d'activités,... il existe aussi des possibilités de réintégrations en cas d'échec.

Cet appui peut être apporté directement par la cellule d'essaimage de l'entreprise ou confié à des organismes extérieurs. Et chaque entreprise reste libre dans sa politique.

### **Les formes d'essaimage d'entreprise :**

On distingue trois formes d'essaimage pour les entreprises : l'essaimage social, actif et stratégique.

L'essaimage social, ou à chaud, est la mise en œuvre dans le cadre d'une politique de restructuration ou en cas de sureffectif. L'employeur met des dispositifs pour encourager les salariés à créer leurs entreprises.

L'essaimage actif, ou à froid, ce sont des pratiques incarnées dans la culture de l'entreprise par l'employeur où il promeut un dispositif incitatif et encourageant, et sont mises en œuvre dans le cadre d'une politique globale des ressources humaines.

L'essaimage stratégique désigne l'accompagnement de l'employeur vers la création d'une entreprise portée par l'un de ses salariés et complémentaire au cœur du métier ou couramment pour externaliser une activité, et c'est une démarche gagnant/gagnant.

### **Comment essayer ?**

Le processus de l'essaimage (MTIT, 2012, p7-12) peut être divisé en trois parties, et chacune comporte des sous étapes successives et complémentaires garantissant la bonne réalisation du projet d'essaimage.

**La première partie :** de l'idée d'un projet à la signature de la convention Pour

passée de l'idée d'un projet à la signature de la convention, il faut passer par :

### **a. Identification des projets :**

L'identification se fait selon trois modalités.

La première se fait d'une façon directe par la cellule d'essaimage au sein de l'entreprise mère à laquelle des promoteurs internes ou externes peuvent proposer des idées de projets.

La seconde est indirecte, l'entreprise essaimage choisit de confier la mission de l'identification des projets d'essaimage à un bureau d'études qui doit fournir une liste de projets identifiés et appuyés sur des études de préfaisabilité.

La proposition directe par le promoteur (interne ou externe de l'entreprise) à la cellule d'essaimage et il doit présenter un dossier comportant les fondements de son projet (sa formation, son expérience, son apport personnel et autres données de nature à fonder sa demande, etc.).

### **b- Sélection du promoteur :**

La sélection des projets se fait, une fois identifiés, par la cellule d'essaimage en fonction d'un ensemble de critères fixés liés essentiellement à l'expérience du promoteur et à l'adéquation entre son profil et la nature du projet proposé. Il est recommandé de s'orienter davantage vers les projets innovants, à haute valeur ajoutée et créateur d'emploi.

### **c- Etude préliminaire du projet :**

Les projets sélectionnés vont faire l'objet d'une étude préliminaire comportant essentiellement :

- Une présentation complète du projet : données générales, le coût estimatif, proposition d'un schéma selon la législation en vigueur et les mécanismes alloués au type de projet concerné ;
- Une étude préliminaire de marché : on considère principalement l'offre, la demande et la concurrence ;

- Une étude préliminaire de rentabilité comportant, à la fois, la rentabilité prévisionnelle sur les 5 premières années du porteur de projet et celle de l'entreprise mère en cas d'externalisation.

L'étude préliminaire conclura sur les facteurs de réussite du projet, les risques qui peuvent l'entourer et sur une proposition finale. Elle peut être faite par le promoteur lui-même ou par un bureau de consulting.

### **d- La signature de la convention du projet :**

Dès que l'étude préliminaire sera terminée, l'entreprise et le promoteur vont passer à l'étape de la signature de la convention de l'essaiage (*Annexe n°6*). Cette convention, une fois signée doit être envoyée au ministère chargé des PME pour la viser. Cette convention doit être accompagnée d'une copie de l'étude préliminaire.

### **La deuxième partie : l'étude de la faisabilité du projet : Pour**

décider de la faisabilité d'un projet d'essaiage, il faut élaborer : **a-**

#### **Une étude technico-économique :**

Dès le visa de la convention du projet, une étude technico-économique relative au projet doit être élaborée par un bureau d'études dont l'entreprise essayant assume les charges.

#### **b- Le schéma final du financement :**

Outre la réalisation de l'étude technico-économique, la cellule d'essaiage<sup>3</sup> coordonne avec le promoteur pour déterminer le schéma final du financement du projet et cela selon trois principes généraux :

- Le principe du renforcement des fonds propres : le remplacement du recours aux crédits bancaires par la participation au capital dans une grande partie du coût de projet ;
- Le principe du cofinancement : le recours à plusieurs mécanismes de financement ;
- Le principe du financement complémentaire par les fonds d'essaiage : la participation de l'entreprise dans le capital de l'entreprise essayé par les fonds d'essaiage.

---

<sup>3</sup> Cellule d'essaiage : sont considérées comme des incubateurs internes aux entreprises privées ou publiques, qui favorisent l'essaiage en leur sein.

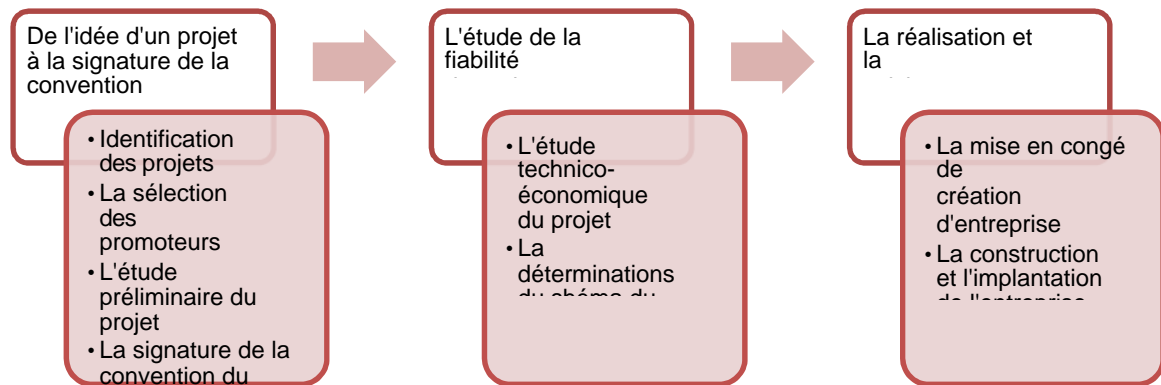
Ces trois principes de financement permettent de réduire les risques de financement et de garantir plus de chances pour la réussite des projets nouvellement créés par essaimage.

### La troisième partie : La réalisation et le suivi

Dès le bouclage du schéma de financement et, le promoteur prend à sa responsabilité d'accomplir toutes les procédures de réalisation du projet. D'abord, l'essaimé va bénéficier d'un congé de création d'une année renouvelable (pour les promoteurs internes). Ensuite, la construction et l'implantation de l'entreprise. La constitution du dossier administratif et juridique du projet où l'entreprise mère fournira ainsi à l'essaimé toute l'assistance et l'aide avec la coordination des services du ministère chargé des PME.

Enfin, pour le suivi, l'essaimé doit adresser tous les trois mois un rapport sur l'avancement de l'exécution de son projet à son entreprise essaimant et il doit aussi contenir les difficultés rencontrées lors de la réalisation du projet.

Figure n°2: Processus d'essaimage conventionnel tunisien



Source : MTIT, 2012, p7.

### Les avantages et les inconvénients de l'essaimage :

L'essaimage est susceptible d'octroyer des avantages et inconvénients, tant pour le salarié que pour l'entreprise essaimant.



### **Les avantages :**

L'essaimage est un outil stratégique qui permet le développement de l'entreprise et qui permet dans un second temps de participer à l'effort national de la création d'entreprise et la création d'emploi et par la suite réduire le problème de chômage et en même temps un moyen pour faire face au licenciement. La vocation de cette pratique est principalement stratégique mais avec des arômes sociales en vues de mieux renforcer la responsabilité sociale et la citoyenneté de l'entreprise et renforcer son ouverture envers son environnement.

L'essaimage permet à l'entreprise d'assurer le développement organisationnel en suggérant des projets ayant des liens avec l'activité de l'entreprise mère, d'externaliser des activités périphériques et développer l'esprit d'entreprendre chez les salariés.

Pour l'essaimé, ça représente pour lui une manière peu risquée de créer sa propre entreprise pour ainsi maximiser la chance de réussite de son projet entrepreneurial, en plus de la facilité de trouver ses premiers clients, notamment son employeur, si l'entrepreneur décide de rester dans le métier.

### **Les inconvénients :**

Même avec tant d'avantages, l'essaimage représente des inconvénients pour l'entreprise et pour l'essaimé. Pour l'essaimé, moralement, il lui sera difficile de se voir un concurrent pour son ancien employeur, à cause du soutien qu'il lui a apporté ce qui va le limiter en quelques sortes de se développer dans le cas où les deux sont dans le même domaine. En cas de refus de la part de l'employeur, le salarié va ressentir une certaine dégradation dans sa motivation, que ca soit à travailler dans l'entreprise ou pour créer sa propre entité ;

Pour l'entreprise essaillant, le départ du salarié en question représente une perte d'une compétence, généralement difficile à remplacer. De part ailleurs, le lancement de la nouvelle entreprise peut annoncer l'arrivée d'un nouveau concurrent, car son propriétaire est très bien informé des forces et faiblesses de son ancienne entreprise.

## **Section II : La reprise d'entreprise**

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

### 1. Définition :

La reprise d'entreprise est définie par Fayolle (2004, p133) comme étant « *une situation qui relève de l'esprit d'entreprendre et qui appartient au champ de l'entrepreneuriat. Un processus par lequel une personne physique ou morale, le repreneur, acquiert la propriété d'une entreprise ou d'une activité existante et occupe les fonctions de direction générale* ».

On distingue deux situations : la reprise d'une entreprise en bonne santé financière qui exige l'acquisition de connaissances en entrepreneuriat et en management, et la reprise d'une entreprise en difficulté qui, en plus de ces dernières, exige plutôt des ressources financières et relationnelles importantes.

Reprendre une entreprise, une appellation de « acheter une entreprise, déjà existante, et reprendre son activité ». C'est une autre forme d'entreprendre. C'est se trouver dans une situation où on fait face à un chèque d'un montant très important qu'on va/doit remplir, en contrepartie de la propriété intégrale d'une entreprise, c'est de l'acheter en son propre sens. Les données décrivant sa situation présente, son histoire, sa culture, sa structure et son fonctionnement représente un avantage pour le repreneur pour sa nouvelle mission, qu'est de la gérer.

### 2. Comment devenir repreneur d'une entreprise ? (le coin des entrepreneurs)

#### Préparation du projet de reprise :

Pour préparer son projet de reprise, l'entrepreneur va commencer par caractériser sa personnalité, analyser ses motivations et ses objectifs fixés de son futur projet, ainsi que d'identifier ses forces et ses faiblesses.

Ensuite, il doit cibler son but en termes d'entreprise qu'il veut avoir à reprendre. Pour cela, il faut notamment définir le type d'entreprise (start-up, une PME, une grande entreprise, entreprise familiale...), en plus de la taille (en chiffre d'affaires, en nombre de salariés...), il va également prendre compte de son état financier (une entreprise avec une bonne notoriété, entreprise en difficulté, entreprise en reconversion...). Le secteur d'activité recherché et la zone géographique d'implantation de l'entreprise ne sont pas à négliger.

### **Rechercher une entreprise à reprendre et à développer**

Le marché de la reprise est parfois difficile d'accès. Donc il faut s'appuyer sur plusieurs pistes qui pourraient être du réseau personnel et professionnel, par intermédiaires, consulter les bourses d'opportunités ou par une approche directe auprès des entreprises.

### **Rencontre du cédant et l'analyse de l'entreprise visée :**

Moment clé pour vérifier l'état d'esprit du cédant : est-il réellement à transmettre son entreprise ? Les signaux à observer sont en relation avec le cédant lui-même. À citer : l'ambiance des échanges, la facilité d'accès à l'information et l'implication dans le projet de cession.

Lors de la rencontre avec son cédant, pour le repreneur, il est nécessaire d'obtenir le maximum d'informations sur l'entreprise et son dirigeant :

- Présentation détaillée de l'activité de l'entreprise ;
- Les points forts et les points faibles de l'entreprise ;
- Le niveau d'activité est-il en déclin, stable ou en croissance ;
- Présentation du personnel de l'entreprise, des postes stratégiques et de l'organigramme ;
- Les outils de production et la construction du chiffre d'affaire ;
- Sa clientèle, ses concurrents et ses fournisseurs.

A ce niveau de négociations, une lettre d'intention<sup>4</sup> (*Annexe n°7*) doit être rédigée.

### **L'évaluation de l'entreprise à vendre :**

Cette étape permet d'obtenir une valorisation de l'entreprise ciblée afin de négocier ensuite les termes de l'opération de reprise avec le cédant. Un audit d'acquisition doit être réalisé qui permet au repreneur d'obtenir l'avis d'un tiers de confiance et de confronter ses informations avec celles issues du rapport d'audit. Ensuite, de détecter les risques liés à l'opération de

---

<sup>4</sup> Une lettre d'intention : un document où on mentionne les points sur lesquels le cédant et le repreneur se sont mis d'accord lors de leur rencontre, pour ensuite décider si les deux parties vont poursuivre les discussions ou pas. Si oui, le cédant pourra confier des informations confidentielles au repreneur...

reprise afin de prendre une décision en connaissance de cause. Et dernier lieu, d'examiner les données comptables et financières de l'entreprise cible

### **Le plan de reprise :**

L'élaboration d'un plan de reprise comprend la préparation du montage juridique, le plan opérationnel, le montage financier ainsi que le prévisionnel de la reprise.

### **Le montage juridique :**

Après avoir conclu que reprendre l'entreprise ciblée pourrait être une bonne opportunité, il convient d'élaborer un plan de reprise de l'entreprise contenant la manière dont la reprise sera effectué (l'acquisition des titres par le repreneur, l'acquisition du fonds de commerce, filialisation de l'entreprise reprise, rachat progressif des titres,...), ensuite apporter des précisions sur l'opération de reprise :

- Des modalités du rachat : paiement immédiat, paiement échelonné,...
- Du sort des dettes actuelles de l'entreprise ;
- Du sort l'éventuel compte courant d'associé du cédant ;
- Des garanties d'actif et de passif dans le cadre de la cession.

### **Le plan opérationnel :**

Détailler la stratégie du repreneur suite au rachat de l'entreprise. On y trouve :

- Une partie commerciale :

Produits et services vendus, le prix pratiqué, le développement du CA, le plan de communication et lancement de nouveaux produits ou services...

- Une partie consacrée à la production :

Production actuelle, état des outils de production et changement des méthodes de fabrication...

- Une partie consacrée aux investissements :

Etat actuel des actifs de l'entreprise et les investissements à prévoir...

- Une partie consacrée aux approvisionnements :

Les sources et les coûts d'approvisionnements actuels, le coût d'achat...

- Une partie consacrée au personnel :

L'effectif actuel, embauche prévues, changement d'organisation...

- Une partie consacrée aux dépenses : les dépenses actuelles, nouvelles charges à prévoir...

### **Le montage financier :**

Expliquer comment financer l'opération d'acquisition : apport personnel, entrée d'investisseurs, emprunts bancaires, aides et subventions de l'Etat...

### **Le prévisionnel de la reprise :**

Une traduction financière du plan de reprise, Le prévisionnel de reprise reprend tout d'abord les données du dernier arrêté comptable et traduit ensuite financièrement le projet de reprise sur trois années généralement. Un bilan et un compte de résultat prévisionnel, un plan de financement et un tableau de trésorerie mensuel doivent au minimum être établis à cette occasion.

Il peut être intéressant de se faire accompagner par un expert comptable dans le cadre de l'élaboration du plan de reprise et de l'audit d'acquisition.

### **Négociations sur le prix et le protocole d'accord:**

Etape cruciale, elle permet d'établir votre stratégie et d'apprécier ce qui fait la valeur de l'entreprise ciblée. Comment faire ?

L'évaluation et la négociation sur le prix peut être selon trois approches possibles :

- a. Méthode patrimoniale : l'entreprise vaut ce qu'elle possède ;
- b. Méthode de rentabilité : l'entreprise vaut ce qu'elle rapportera ;
- c. Méthode comparative : l'entreprise vaut ce que valent les autres.

A l'issue des négociations et lorsque les parties ont trouvé un accord sur les points importants de la reprise (prix, date, modalités, transition, conditions suspensives), un protocole d'accord est rédigé (un acte juridique écrit qui matérialise l'accord entre l'acquéreur et le cédant en reprenant les termes importants des négociations).

### **La vente proprement dite et l'éventuelle phase de transition :**

Enfin, après que le protocole d'accord ait été rédigé, les conditions suspensives levées et la date de vente atteinte, les démarches liées à la cession sont réalisées (signature de vente,

paiement du prix, entrée en fonction,...). Souvent, une phase de transition est prévue entre le repreneur et le cédant afin que le changement s'opère en douceur.

### **3. Avantages et inconvénients :**

La reprise en tant qu'une forme d'entreprendre, représente logiquement divers avantages mais aussi des inconvénients à ne pas négliger.

#### **Les avantages :**

Reprendre une entreprise est un processus rapide et permet d'économiser beaucoup de coûts et d'efforts, ce qui réduit les problèmes d'établissement, puisque l'entreprise est déjà dotée d'un personnel formé, une clientèle et une notoriété déjà acquises. Puisqu'il y'a l'historique d'activité de l'entreprise transmis par le cédant, cela veut dire une connaissance des résultats passés et moins d'inconnus.

Quand une entreprise existe déjà, le chiffre d'affaire est aussi existant et donc résultat, vous pouvez ainsi vous verser un salaire immédiat dès le démarrage de l'entreprise. Le taux de pérennité (élevé) d'une reprise d'entreprise est supérieur à celui d'une création ce qui, par conséquent, facilite l'obtention des financements auprès des banques de ce fait.

#### **Les inconvénients :**

Les inconvénients majeurs d'une reprise d'entreprise se présentent comme cela : Il est difficile de trouver une entreprise à reprendre même s'il en existe, mais les cédants préfèrent souvent rester discrets pour ne pas affecter négativement leurs entreprises, et comme on dit : « Les perles rares ne courent pas les rues ».

Acheter une entreprise prévoit un coût plus élevé car on considère qu'il y a un apport personnel plus conséquent au démarrage, et vous avez une dette à honorer, mais aussi il peut y avoir des dettes invisibles. La reprise exige d'être opérationnelle dès les premiers mois de la reprise, donc on n'a pas le droit à l'amateurisme.

En plus du risque des installations pouvant être vieilles et le projet peut avoir une mauvaise réputation et être surévalué, les problèmes de relations humaines sont plus lourds qu'une création parce que le repreneur devra fédérer toutes les parties prenantes de l'entreprise (les salariés, les clients, les fournisseurs et le cédant).

### Section III: L'intrapreneuriat

#### 1. Définition

Une autre forme différente de la création d'entreprise, c'est l'intrapreneuriat, comme son nom le sous-entend, c'est entreprendre à l'intérieur d'une organisation déjà existante. Autrement dit, intraprendre renvoie à développer de nouveaux projets, des activités nouvelles ou actuelles par une ou plusieurs personnes pour une entreprise existante. L'intrapreneuriat est conceptualisé comme un modèle entrepreneurial internalisé (BASSO, 2006) (ADACHI & HISADA, 2017) et L'intrapreneuriat s'avère être une notion très fortement centrée sur l'individu (SHARMA & CHRISMAN, 1999)

*« L'intrapreneuriat est le processus par lequel un individu ou un groupe d'individus, en association avec une organisation existante, crée une nouvelle organisation ou génère le renouvellement ou l'innovation au sein de cette organisation. »* (P. Sharma et J.J Charisman, 1999, p18)

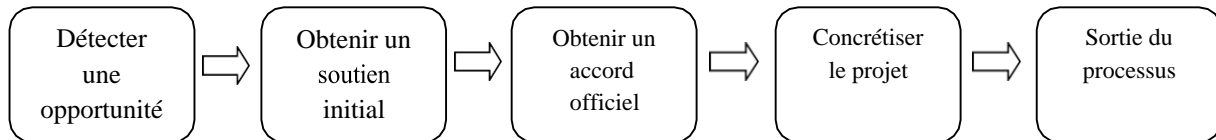
En 1992, "The American Heritage Dictionary " a défini l'intra-preneur comme étant une personne qui, au sein d'une grande entreprise, prend la responsabilité directe de transformer une idée en un produit fini en passant par une prise de risque et de l'innovation. (Cité par JAZIRI, 2013, p7)

Beaucourt et Louart (2000) définissent l'intrapreneur comme étant tout simplement un salarié à conduite entrepreneuriale. L'intrapreneuriat comme *« un mode organisationnel permettant à des employés, en l'occurrence à des entrepreneurs en interne, d'exprimer leur potentiel créateur, en leur donnant la liberté, la marge de manœuvre et les ressources nécessaires pour le faire et ainsi satisfaire à la fois leurs besoins personnels et ceux de l'entreprise. »* (Pinchot, 1985)

### 2. Les grandes étapes du parcours intrapreneurial (Bouchard, 2009, p 297-304)

Tout comme le processus entrepreneurial, le processus intrapreneurial est constitué d'une succession d'étapes clés que nous allons examiner en détail (voire figure ...).

**Figure n°3:** Les grandes étapes du parcours intrapreneurial.



Source : Bouchard, 2009, P 297.

#### **Détecter une opportunité :**

Comme celui de l'entrepreneur, le parcours de l'intrapreneur commence par la détection d'une opportunité. L'opportunité intrapreneuriale ne se limite cependant pas à une opportunité d'affaires, génératrice de nouveaux revenus. Elle inclut toute action ou projet susceptible d'améliorer la performance de l'entreprise au sens large et mesuré selon des critères aussi variés que son avantage concurrentiel, sa réputation au sein de la communauté, son climat interne, sa productivité, ses délais de mise en marché, ses coûts, etc. C'est l'approche qui fait l'intrapreneur et non la nature de son projet.

#### **Obtenir un soutien initial :**

C'est au cours de cette étape, qu'individu et organisation établissent leur premier pacte. Selon le degré d'autonomie initiale de l'intrapreneur, qui dépend d'une part des moyens requis pour commencer à ébaucher son projet et d'autre part de sa capacité à mobiliser des ressources de façon informel, l'obtention du soutien de l'entreprise peut prendre des formes différentes. Les activités de raffinement du concept, l'élaboration d'un premier prototype et de rédaction d'un plan d'affaires peuvent s'effectuer, soit en s'appuyant sur des réseaux informels et des ressources accessibles par leur biais.

Tôt au tard, cependant, l'intrapreneur sera confronté aux limites de l'approche informelle et devra se mettre en quête d'un appui haut placé. Pour aller plus loin, l'intrapreneur a besoin de moyens propres mais également d'une autorisation plus au moins tacite pour s'engager ultérieurement. En effet, quel que soit son degré d'autonomie apparente, il demeure un employé ayant à rendre compte de l'utilisation de son temps et des ressources de l'entreprise.



### **Obtenir l'accord officiel :**

Grâce au soutien conditionnel qu'il a su obtenir précédemment, l'intrapreneur est désormais en mesure de s'engager dans la troisième étape de son parcours et procéder à l'obtention d'un accord officiel de la part de la direction de l'entreprise.

En obtenant l'accord officiel, des changements remarquables prendront place. Avec l'engagement croissant de l'intrapreneur, il doit désormais travailler régulièrement sur son projet tout en continuant à effectuer ses tâches habituelles et, dans bien de cas, il aura une mini-équipe de contributeurs à gérer.

Un budget sera alloué à l'intrapreneur et qui demeure néanmoins inférieur aux besoins du projet. Enfin, la visibilité croissante du projet et par conséquent, la manifestation des premières véritables résistances organisationnelles. Il s'agit donc d'une étape exigeante requérant autant d'efforts sur le plan de la gestion du projet que sur celle des « interfaces ».

### **Concrétiser le projet :**

- **Un engagement sans faille**

L'étape de concrétisation du projet marque un tournant important dans le parcours intrapreneurial. Cette étape revêt en effet un caractère d'irréversibilité plus marqué que les précédentes : pour l'entreprise, en raison de l'investissement qu'elle doit consentir et pour l'intrapreneur, en raison de l'engagement total qui doit désormais être le sien. L'entrepreneur doit abandonner son poste si le projet est important. Un éventuel échec devient plus lourd de conséquence.

- **Une équipe multidisciplinaire motivée**

Selon la taille et la complexité du projet, cette étape peut également marquer le passage d'une configuration en solo à une configuration en équipe. Il s'agit maintenant de déployer des ressources, de diriger une équipe, de respecter des délais et d'atteindre des résultats.

- **Des liens fructueux avec le reste de l'organisation**

L'intrapreneur devra constituer ou renforcer son équipe, définir ses tâches et la motiver. Mais sa réussite ne dépend pas seulement du travail de cette équipe : elle exige également la coopération d'une multitude d'acteurs internes (service informatiques ou légaux de

l'entreprise, production, vente, etc.) qu'il doit savoir convaincre et mobiliser...l'appui officiel de la haute direction peut faciliter cette coopération mais en aucun cas la garantir.

- **Flexibilité et prise de risque contrôlée**

L'étape d'opérationnalisation est le moment de vérité du projet. Le passage d'une maquette à un projet grandeur nature constitue en effet un défi considérable. Toutes sortes de difficultés peuvent se présenter à cette étape : le fournisseur pressenti n'est pas fiable, l'outil de production n'est pas tout à fait adapté, les coûts sont supérieurs aux estimations, etc. Malgré ces difficultés, il faut atteindre ses objectifs économiques. En mettre en place une chaîne de valeur performante.

### **Sortie du processus**

Cette dernière étape n'est pas obligatoire car le projet intrapreneurial devient une activité que son initiateur va tout naturellement continuer à gérer et à développer au cours du temps. Mais il n'est pas toujours ainsi : le projet intrapreneurial peut ne pas requérir de suivi, ou bien l'intrapreneur peut désirer passer le relais ou être contraint de le faire.

Dans certains cas, lorsque l'activité rejoint une certaine taille, les intrapreneurs sont encouragés à passer le relais à des managers au profil plus administratif. Pour certains, cela ne pose pas de problème mais pour d'autres, cette obligation peut être ressentie comme une injustice. La clarification des attentes de l'intrapreneur pour lui-même et avec la direction de l'entreprise doit permettre d'éviter de tels désagréments.

En synthèse, il s'agit pour l'intrapreneur d'anticiper une éventuelle sortie, de se positionner par rapport à cette ultime étape et d'explicitier le plus en amont et le plus adroitement possible ses attentes.

### **3. Les avantages et les inconvénients :**

#### **Les avantages**

Toute opération qui se fait représente des avantages et des inconvénients. L'intrapreneuriat permet : au salarié de construire un projet sans quitter son travail, de développer ses compétences (autonomie, responsabilité,...), et offre l'occasion de pouvoir entreprendre sans risque et est considéré un accélérateur de carrière.

Et à l'entreprise de fidéliser les salariés « les excellents profils », et d'éviter leur départ de l'entreprise pour monter leur propre projet. Par ailleurs, de booster la compétitivité de l'entreprise : donner un coup d'accélérateur à l'innovation dans l'entreprise, d'aller explorer de nouveaux projets et de nouvelles opportunités de croissance.

L'intrapreneuriat contribue à améliorer l'image de l'entreprise et à renforcer son attractivité auprès des candidats à l'emploi, particulièrement des jeunes diplômés pour ensuite introduire un mode de fonctionnement « start-up » dans des structures à tendances hiérarchiques ou administrative.

### **Les inconvénients :**

L'intrapreneuriat représente aussi des contraintes et des inconvénients pour le salarié entrepreneur : Son projet et son action doivent s'inscrire dans la stratégie globale de l'entreprise, ce qui limite la liberté de ses actes, en plus du fait qu'il n'est pas propriétaire de l'activité qu'il crée, ce qui peut être une source de démotivation.

En cas d'échec de son projet, l'intrapreneur peut se sentir fragilisé ; Les inconvénients auprès de l'entreprise est dans la réalité que la réussite d'un projet intrapreneuriat n'est pas garantie, mais peuvent être très consommateurs de ressources et le développement de cette pratique peut mettre en péril tout l'équilibre hiérarchique de l'entreprise en plus d'être un processus long et demande une bonne préparation et une bonne structuration.

### **Conclusion**

L'entrepreneuriat serait donc un comportement planifiable et à envisager et les formes d'entreprendre sont variées, à chaque forme ses caractéristiques, à chaque forme ses avantages et ses inconvénients. Cependant, nous ne pouvons pas dire d'une d'entre elles que « c'est la meilleure forme ». La meilleure forme dépend de la personne en vue d'entreprendre, c'est relative à ses valeurs, ses attentes, ses objectifs, ses connaissances et ses capacités.

**CHAPITRE III :**  
**ETUDE DE CAS DE TROIS FORMES**  
**D'ENTREPRENEURIAT**

### CHAPITRE III : ETUDE DE CAS DE TROIS FORMES D'ENTREPRENEURIAT

#### Introduction

Les deux chapitres précédents nous ont permis de bien cerner les principaux concepts autour de la notion de l'entrepreneuriat et plus particulièrement de ses multiples formes, notamment leurs processus, avantages et inconvénients.

Dans ce chapitre, nous allons présenter les entreprises objet de notre étude de cas, à savoir la création pure « *ECI Boudiab* », la franchise « *Tchin Lait Candia* » et la reprise d'entreprise « *SIMB Bejaia* », ensuite, les principaux aspects méthodologiques de notre investigation et la méthode de collecte de données. Nous terminerons évidemment par une analyse et une mise en perspective des résultats de notre recherche.

#### Section I : Présentation de la méthodologie de l'enquête de terrain

Dans cette section, nous tacherons à présenter les caractéristiques générales des trois entreprises enquêtées, ainsi que la méthodologie suivie pour la collecte des données de l'enquête.

##### 1. Présentation des entreprises enquêtées

Afin de répondre à la problématique posée, nous avons opté pour trois entreprises privées situées à Bejaia, en l'occurrence *Tchin-lait Candia* pour le cas de la franchise, *SIMB Bejaia* pour le cas de la reprise et *ECI Boudiab* pour le cas d'une création pure.

##### Présentation de l'entreprise ECI Boudiab

###### a. Historique de l'entreprise

Initialement, ECI était une entreprise individuelle créée en 1995 par un entrepreneur spécialisé dans la vente des matériaux de construction (ciment, fer à béton). A partir de 1998, elle est devenue SNC BOUDIAB, spécialisé dans l'importation et la revente de céréales (blé dur, blé tendre, orge, tourteaux de soja et maïs). Cette société est devenue en 2008 une Société à Responsabilité Limitée « SARL BOUDIAB ».

### b. Engagements de l'ECI :

Les engagements de L'ECI est de prendre en charge toutes les exigences de sa clientèle à travers le territoire national et international en garantissant la disponibilité des produits avec un rapport qualité / prix le plus compétitif possible.

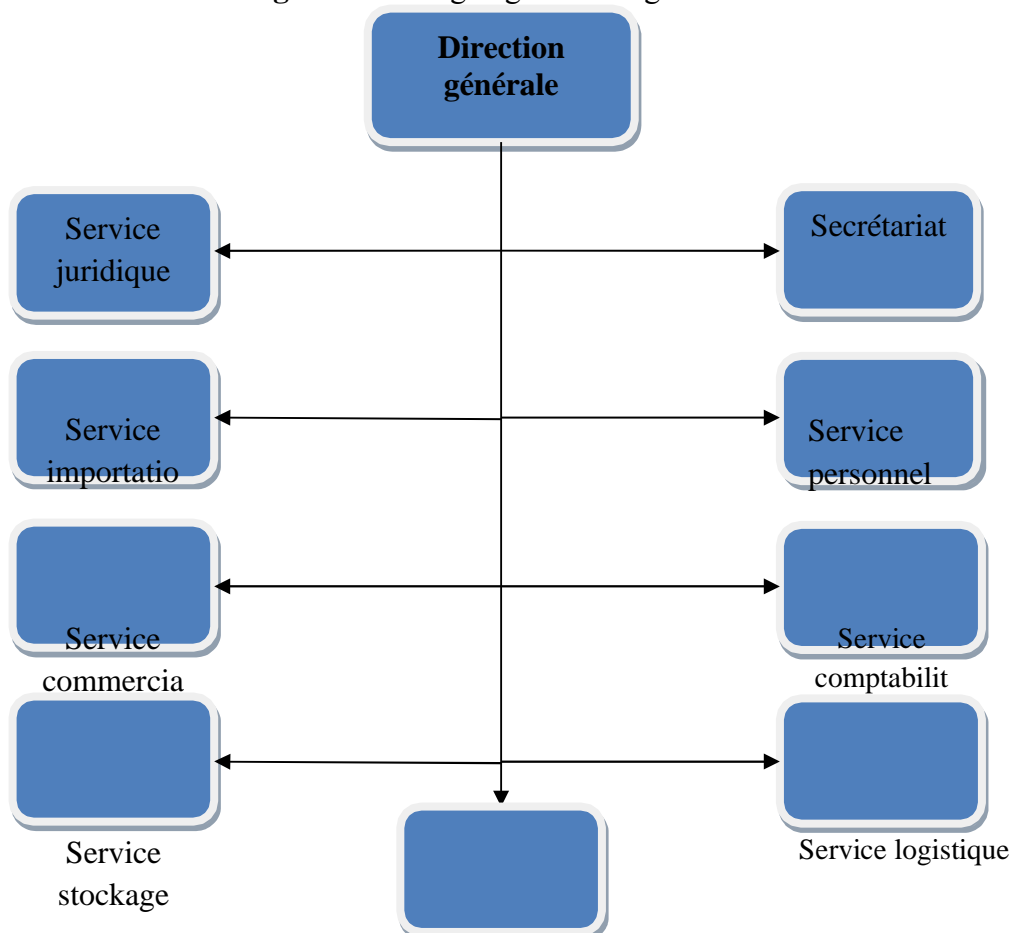
Ses principaux domaines d'activité sont :

- L'importation : l'entreprise procède au recensement des produits demandés par sa clientèle et procède à la consultation des divers fournisseurs à travers le monde.
- L'exportation : l'entreprise envisage d'exporter, à l'avenir, des produits algérien tels que l'huile d'olive, les dattes et autres.
- Des activités commerciales : vente et achat des matériaux de construction tels que le ciment, ferre à béton, etc.
- Des activités industrielles ; implantation du l'unité de production de brique.

### c. Structure de L'ECI

ECI est un établissement de négoce international (import / export), elle est organisée sous forme de services :

Figure n°4 : Organigramme organisationnel de l'ECI



e  
r  
v  
i  
c  
e  
f  
i  
n  
a  
n  
c  
e

**Source :** Documents  
internes de  
l'entreprise.

### Présentation de l'entreprise Tchín-lait Candia

#### a. Historique de l'entreprise :

Tchin-tchin était, à l'origine, une entreprise familiale, spécialisée dans les boissons gazeuses depuis 1952. Elle a, de ce fait, capitalisé une longue expérience dans le conditionnement des produits sous forme liquide. L'arrivée des grandes firmes multinationales sur le marché des boissons gazeuses et la multiplication du nombre de limonadiers locaux l'a contraint à réviser sa stratégie ; d'où l'idée d'une reconversion vers le lait UHT, qui a donné naissance à Tchín-Lait.

Implantée sur l'ancien site de la limonadière Tchín-tchin qui était, à l'origine, une entreprise familiale, située à l'entrée de la ville de Bejaia, sur la Route nationale n°12 Bir Slam, Bejaia, Algérie. Tchín-lait est une société de droit algérien, constituée juridiquement en SPA depuis 1999. Elle est dotée d'un capital de 1.000.000.000 DA, détenue majoritairement par le fondateur et gérant de la société.

Tchín-lait produit et commercialise le lait de longue conservation UHT (Ultra Haute Température) sous le label de Candia, depuis mai 2001. En 2015, éclot générale Laitière Jugurtha, deuxième site de production, dont le siège est à Baraki (Alger). En novembre 2017, fusion des deux sociétés, Tchín-Lait et Générale Laitière Jugurtha en société par actions, dénommée « SPA Tchín-Lait ». Aujourd'hui, l'entreprise Tchín-Lait Candia est constituée de deux unités de production, une à Bejaia et la deuxième à Baraki, dans l'Algérois.

#### b. La gamme de produits Tchín-Lait :

Elle est constituée actuellement de :

##### - Lait longues conservation

Conditionné en emballage tétra pack ou combi bloc 1 litre ;

❖ Lait stérilisé UHT, partiellement écrémé, à dominante bleue.

Existe aussi en conditionnement 50 cl ;

❖ Lait stérilisé UHT, entier, à dominante verte, enrichi en vitamine D.

❖ Lait stérilisé UHT Viva, partiellement écrémé, enrichi en vitamines B1, B2, B3, B5, B6, B8, B12, E et D.

❖ Lait stérilisé UHT, partiellement écrémé, sans lactose, à dominante jaune.

##### - Lait chocolaté



Lait stérilisé UHT au chocolat, dénommé « Candy Choco), en emballage 1 litre, 200 ml et 125 ml.

### - Lait et jus

Lait additionné à un jus de fruits Orange-Mangue et Pêche-Abricot, en emballage 200 ml, dénommé « Twist », Orange-Ananas et Orange-Fraise-Banane, en emballage 125 ml, Twist Fraise et Twiste Banane en emballage 125 ml, avec paille.

### - Poudre instantanée

Lait entier en poudre, enrichi en vitamine A et D, contenance : étui de 500 g.

### - Boisson aux fruits :

Conditionné en emballage combi bloc 1 L.

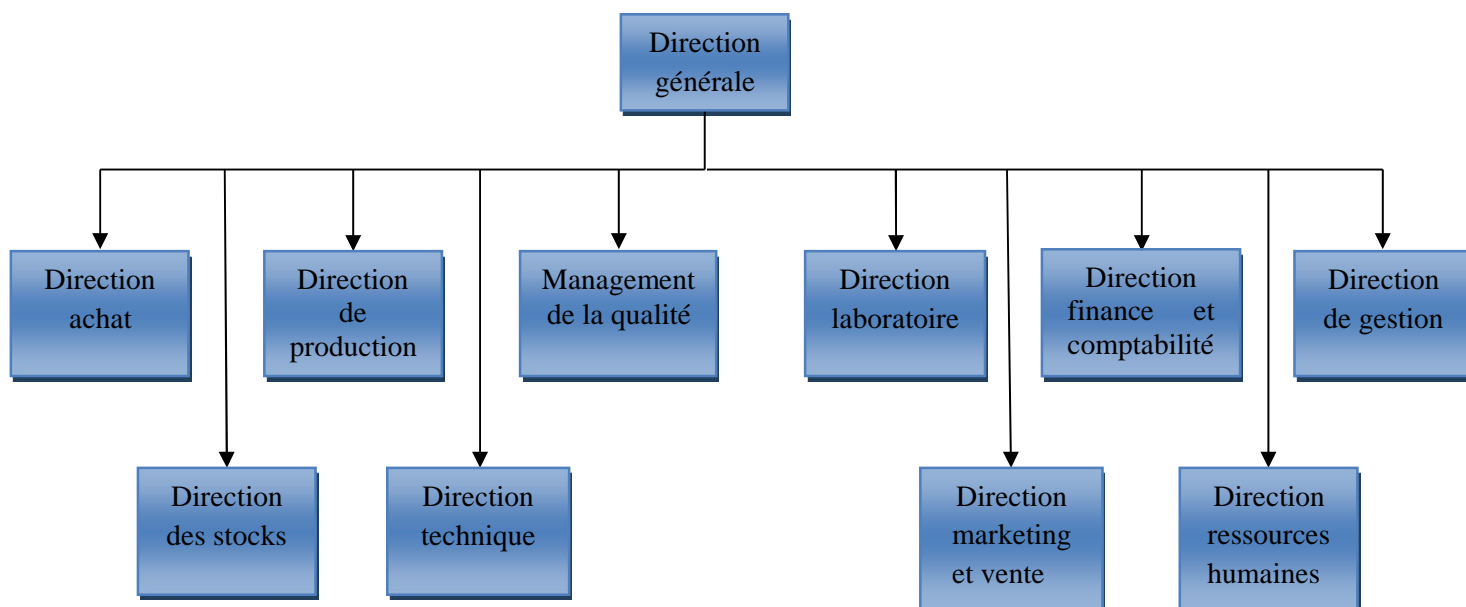
- ❖ Boisson à l'orange, existe aussi en emballage tétra pack 20 cl.
- ❖ Boisson de fruits, existe aussi en emballage tétra pack 20 cl.
- ❖ Citronnade (Boisson au Citron).
- ❖ Nectar de Grenade.

### - Préparation culinaire « Le Maître Cuisinier », en emballage 20 cl

- Préparation pour glace au lait stérilisé UHT « Le Maître », goûts chocolat, fraise et vanille. Contenance 1 L.

**Figure n°5 : Organigramme de la direction générale de l'entreprise Tchén-Lait Candia**

(Documents internes de l'entreprise)



### **Présentation de l'entreprise SIMB**

#### **a. Historique de l'entreprise SIMB**

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

#### **b. Objet et nature d'activité :**

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

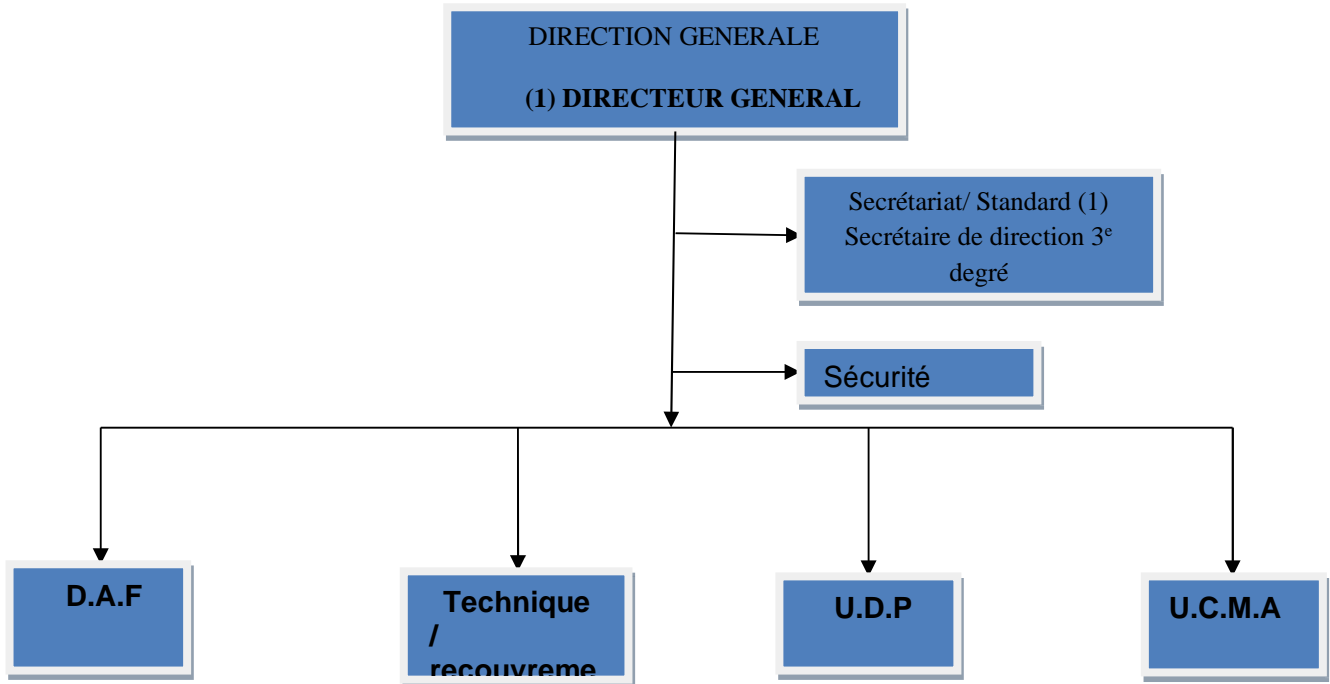
#### **c. Moyens matériels :**

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

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

d. Présentation de l'organigramme de l'entreprise

Figure n°5: Organigramme de l'entreprise SIMB Bejaia.



(1) DAF

(1) Chargé du personnel et sécurité

(1) Assistant du personnel

(1) Comptable principal

(1) Comptable (ANEM)

(1) Caissier / Trésorier

(1) Secrétaire 3ème degré

(1) Chef Département Technique

(1) chargé de la facturation

**La cellule sécurité**

(1) Chef de brigade

(2) Agent de sécurité

(5) Agent de surveillance

Source : Documents internes de l'entreprise

### **Méthodologie de l'enquête de terrain**

Pour répondre à nos questions de recherche et pour vérifier nos hypothèses, nous avons opté pour une étude des formes de l'entrepreneuriat et de la succession d'étapes suivies par les trois entreprises privées que nous avons choisies d'étudier. En plus de la recherche documentaire, nous avons procédé à une enquête par questionnaire spécifique à chaque entreprise, auprès de leurs cadres dirigeants.

### **Contexte et contraintes de l'étude**

Afin de comprendre le phénomène de l'entrepreneuriat, plus particulièrement ses formes, nous avons été contraintes de limiter notre étude de cas à entreprises pour trois formes d'entreprendre, vu le manque du temps, le refus de réponse de certaines entreprises ou tout simplement l'inexistence de des autres formes ici à Bejaia. Ces contraintes nous ont obligées à circonscrire notre champ de recherche.

### **Le questionnaire**

Le questionnaire est un document qui constitue « *une suite de questions, programmées selon un ordre et une logique prédéfinie par laquelle un enquêteur sollicite l'avis, le jugement ou l'évolution d'un interviewé* » (CAUMONT, 1998, p87)

Pour notre étude de cas, nous avons fait le choix de combiner des questions fermées et des questions ouvertes. Nous avons construit trois questionnaires, un questionnaire pour chaque forme, à savoir, la création pure ou ex-nihilo d'entreprise, la franchise et la reprise d'entreprise. En moyenne, chaque questionnaire contient quarante questions.

Nos questionnaires contiennent une partie commune et une partie différente. La partie commune est constituée des questions identificatoires de l'entreprise, alors que la deuxième partie a été élaborée pour contenir, essentiellement, des questions suivant la succession des étapes à suivre selon la forme de l'entrepreneuriat. Et vers la fin des questionnaires, nous avons pensé à demander aux interviewés leurs avis et jugements à propos de la forme avec laquelle ils ont entrepris.

### Section II : Analyse et interprétation des résultats de l'enquête

Après avoir présenté dans la section précédente les trois entreprises concernées par l'enquête de terrain ainsi que la méthodologie suivie pour la mener à bien, cette seconde section présente les réponses des cadres dirigeants aux réponses des questionnaires ainsi que notre analyse et appréciation qui en découle.

#### 1. Cas d'une création ex-nihilo : ECI Boudiab

L'entreprise a été créée par l'entrepreneur ex-nihilo, c'est-à-dire, une nouvelle création ou création pure.

##### a. L'idée de la création d'une entreprise

Pour le créateur, l'idée est une continuité entre son expérience professionnelle et son projet, étant auparavant un commerçant de père en fils, ce qui lui a permis d'avoir une idée sur son secteur d'activité. Il est également issu de formation professionnelle en plus d'avoir suivi des études en commerce. Dans l'élaboration de son bilan personnel et sur l'aspect financier, l'entrepreneur a décidé de s'appuyer à la fois sur les capitaux familiaux et faire appel à un emprunt bancaire.

##### b. L'étude de marché

Une étude de la demande du marché a été faite pour permettre à l'entrepreneur d'identifier les besoins du marché, préparer sa prospection, établir son offre commerciale et estimer les prévisions financières (le CA à titre d'exemple). Pour étudier son marché, l'entrepreneur a essayé d'apporter des éléments de réponse aux questions suivantes :

- Qu'est-ce que je veux vendre ?
- A qui est-ce que je vais vendre (définir sa clientèle) ? Quelles sont leurs caractéristiques ?
- Qui sont mes concurrents ?
- Où implanter son entreprise?

L'entrepreneur a choisi d'implanter son entreprise à proximité de l'Entreprise Portuaire de Bejaia (EPB) afin de faciliter la réception de sa marchandise venant de l'étranger (importations), et situant sur la route Arrière Port de Bejaia (à proximité de les Routes Nationales n° 12 et n°9).

- Comment vendre et comment se faire connaître?

La stratégie de distribution est la distribution par un long circuit (entreprise – grossiste – détaillants – consommateurs).

### **c. L'élaboration d'un business plan**

Durant la réalisation du plan d'affaire, l'entrepreneur a présenté sa clientèle « grossistes, détaillants », sa stratégie de distribution (long circuit). Les prévisions financières établies dans le plan d'affaire étaient pour le moyen terme (de 1an à 5 ans). En termes de chiffre d'affaire, l'entreprise a atteint ses objectifs.

### **d. L'étude financière du projet**

Pour définir toutes les ressources financières nécessaires pour couvrir les besoins financiers liés au projet de création, et à vérifier sa rentabilité, le créateur a établi ses plans prévisionnels, un plan de financement et un plan de trésorerie, pour un court terme (1an).

### **e. Choix de statut juridique et la démarche administrative:**

Le choix du statut juridique s'est porté lors de la création sur une SARL. L'entrepreneur a affirmé qu'il n'a pas eu une difficulté pour fédérer des parties prenantes pour son entreprise (employés, fournisseurs, banques, ..) et a confié qu'il est prêt à créer à nouveau une autre entreprise, si une opportunité se propose à lui.

En réponse à la question suivante « *la création pure requiert une prise de risque très élevée, et sa procédure est lente et longue. Est-ce que vous partagez cette affirmation* ». Il a répondu par une négation, ce qui dénote de son expérience dans l'entrepreneuriat et la création d'entreprise.

### 2. Cas d'une création par franchise : Tchîn-lait Candia

L'entreprise a été créée par une franchise de la firme Candia SA, leader européen du lait.

#### a. Faire le point sur le projet

A l'époque, l'idée d'un partenariat avec un professionnel du métier s'est imposée comme une nécessité impérieuse, un moyen incontournable d'accéder à la technologie en question, de là le choix de « la franchise » et du partenariat avec Candia.

Lors de l'élaboration de son bilan personnel, l'entrepreneur, et du fait qu'il avait déjà une idée sur le secteur d'activité vu son expérience dans la production des boissons gazeuses, disposait déjà des capacités et compétences nécessaires pour bien mener son projet de création. A cet effet, le propriétaire est lui-même le dirigeant. Bien entendu, sur l'aspect financier le créateur avait jugé qu'il est préférable de bénéficier d'un emprunt bancaire.

#### b. Faire une étude du marché

Une étude du marché, documentaire et du terrain, a été faite pour permettre à l'entrepreneur d'identifier les besoins du marché visé, ses avantages par rapport à la concurrence et déterminer la place que l'entreprise entend occuper, préparer sa prospection, établir son offre commerciale et estimer les prévisions financières (le CA à titre d'exemple), ainsi que de se renseigner sur le réseau de franchise qu'il entend rejoindre.

#### c. Choisir son franchiseur

Tchîn-lait Candia est une franchise de production, le droit de franchise a été acquis auprès de l'entreprise française Candia. Le choix du franchiseur a été fait selon sa notoriété internationale, sa réputation, son ancienneté et la taille de son réseau de franchise. Le franchisé a aussi donné une importance à la qualité de ses produits ou services vendus, ainsi que l'originalité du concept et la capacité à se différencier des concurrents et les dispositifs d'accompagnement ou de formation proposés.

Une fois le choix est fait, l'entrepreneur est entré en contact direct (par courrier) avec son futur franchiseur. Le projet de l'entreprise Tchîn-Lait a retenu l'attention de Candia qui l'a choisi. La période entre le premier contact et le début d'activité avait durée environ une année (1998-1999).

### **d. Faire le business plan**

Durant la réalisation du plan d'affaire, l'entrepreneur a présenté sa clientèle « grossistes, détaillants » et sa stratégie « la diversification ». Les prévisions financières établies dans le plan d'affaire étaient pour le long terme (plus de 5 ans). En termes de chiffre d'affaire, l'entreprise a atteint ses objectifs.

### **e. Créer l'entreprise**

Pour sa création officielle, l'entreprise a été constituée juridiquement en SPA partant du principe de son avantage par rapport à sa dimension. Sa localisation géographique, face à l'axe routier principal (Route nationale N° 12, à moins de trois km du port et de l'aéroport de Bejaia), lui confère une position stratégique dans ses relations commerciales et internationales.

### **f. Signer le contrat de franchise**

#### **• Présentation du contrat**

Le 21 Avril 1999, un contrat franchise a été signé entre Candia (franchiseur) et Tchinq-Lait (franchisé) pour une durée de 10 ans renouvelable. Ce contrat de franchise est un partenariat entre l'entreprise Tchinq-Lait et Candia où chacune des parties trouve son intérêt : Candia peut, grâce aux contrats de franchise, étendre son marché et la notoriété de ses produits à l'échelle internationale ; Tchinq-Lait, quant à elle, cette franchise lui ouvre droit à :

- L'utilisation des marques et des formes distinctives de conditionnement et d'emballage, ainsi que des créations publicitaires et promotionnelles ;
- Le transfert du savoir-faire et de l'expérience, comprenant les formules et procédés de fabrication ;
- L'assistance technique, commerciale et marketing.

#### **• Les engagements des deux parties de cette franchise :**

##### **- Engagements du franchiseur :**

L'engagement le plus important de la firme Candia est le fait d'autoriser au franchisé de produire et vendre ses produits sous sa marque. De plus, Candia s'engage à fournir l'assistance nécessaire au franchisé pour la fabrication et la commercialisation de ses



produits en Algérie. Cette assistance se matérialise, tant sur le plan technique que sur le plan commercial :

- Sur le plan technique : assistance au franchisé en ce qui concerne les procédés et technique de fabrication ; faire bénéficier le franchisé de l'expérience de Candia pour le choix des équipements et des approvisionnements ; et assistance au franchisé pour la mise en œuvre du contrôle de la qualité des matières premières, de l'emballage et des produits finis.
- Sur le plan commercial : le franchisé bénéficie de l'expérience internationale de Candia en matière de commercialisation, de marketing et de merchandising ; assistance pour l'élaboration du plan marketing et campagne de communication

Pour assurer cette assistance, Candia s'engage à envoyer en Algérie un ou plusieurs membres qualifiés de son personnel à des périodes choisies de l'année. Et Candia s'engage aussi à accueillir et former, dans ses usines en Europe, le personnel du franchisé.

- Engagement du franchisé :

En plus des redevances annuelles (royalties représentant un certain pourcentage du chiffre d'affaires) et du droit d'entrée que le franchisé doit payer à la signature du contrat, le franchisé doit prendre d'autres engagements qui ont pour but de préserver l'image de la marque Candia ou de se prémunir de toute concurrence déloyale aux produits Candia.

Pour cette raison, il a été convenu que : toutes les matières premières, les ingrédients, les emballages et les accessoires utilisés par le franchisé, pour la fabrication des produits Candia, devront être conformes aux normes de qualité prescrites par Candia ;

Le franchisé devra s'assurer de l'accord préalable de Candia sur le choix des fournisseurs d'équipements et de matières premières. Candia se réserve ainsi le droit de refuser l'intervention de tout fournisseur s'il estime que celle-ci est nature à compromettre le niveau de qualité ou de productivité exigée pour les produits Candia.

Après le démarrage, le franchisé a confirmé que le franchiseur a respecté tous les points sur lesquels il s'était engagé, et qu'il y avait un besoin et un contrôle permanent de lui dans le cadre de son activité du fait que son marché est en perpétuel innovation.

Le franchisé a avoué qu'il est prêt à signer à nouveau avec son franchiseur, si une opportunité se propose à lui.

En réponse à la question « *Auriez-vous pu mener à bien votre activité si vous aviez à la créer sans franchise ?* », Le gérant a déclaré : « *Oui, mais avec plus de temps perdu !* ». Avec une confirmation de la réalité que la franchise permet de supprimer environ 90% des risques de faillite.

Enfin, lui demandant sur son avis à propos de la franchise en Algérie, il a déclaré : « *Elle n'est pas reconnue ni connue en Algérie* ». Et bien que le propos du gérant soit à prendre avec prudence, cela demeure valable du moins pour le cas des franchises de production.

### **3. Cas d'une reprise d'entreprise : SIMB Bejaia**

Le capital social a été porté à 70 000 000 DA le 21/03/1998. L'entreprise SIMB Bejaia a été reprise en 2007 par l'entreprise SARL ECI Boudiab auprès de l'Etat (le cédant). La démarche de reprise suivie a eu lieu suivant un ensemble d'étapes que nous représentons ci-après.

#### **a. Préparation du projet de reprise**

Le repreneur avant son projet de reprise était déjà un entrepreneur et gérant de sa propre entreprise. Il est issu de la formation supérieure et est titulaire d'un diplôme en commerce. Du fait de sa présence dans l'environnement des affaires, il avait déjà acquis une riche expérience et une connaissance du secteur d'activité de l'entreprise qu'il envisage reprendre.

#### **b. Rechercher une entreprise à reprendre et à développer**

Pour appuyer sa quête pour trouver une entreprise à reprendre, le repreneur avait sollicité l'aide de son réseau personnel et professionnel, c'est ainsi qu'il a trouvé l'entreprise SIMB- SPA que l'Etat a décidé de céder.

#### **c. Rencontre du cédant et l'analyse de l'entreprise visée**

La rencontre avec le cédant, qu'est l'Etat, a été entamée par un contact direct du fait qu'il a déjà montré son intention de la céder. Tout au long des négociations, le repreneur confirme qu'il avait eue une transparence entre lui et le cédant

Une présentation détaillée de l'activité de l'entreprise, de son plan organisationnel et la construction du chiffre d'affaire, ainsi que ses points forts et ses points faibles a été au cœur des discussions entre le repreneur et l'Etat cédant l'entreprise.

### **d. L'évaluation de l'entreprise à reprendre**

Pour obtenir une valorisation de l'entreprise ciblée et afin de négocier ensuite les termes de l'opération de reprise avec le cédant, un audit d'acquisition est réalisé pour permettre au repreneur d'examiner les données comptables et financières de l'entreprise à reprendre.

### **e. Le plan de reprise**

L'élaboration d'un plan de reprise sur l'aspect juridique a défini la manière de reprise qui est la filialisation. Aussi, il a été décidé de changer le statut juridique de l'entreprise d'une SPA à une EURL.

### **f. Négociations sur le prix et le protocole d'accord**

A cet effet, le conseil des participations de l'Etat chargé de la transaction, a procédé à la cession de la SIMB-SPA à la SARL ECI BOUDIAB, moyennant une somme d'argent et des conditions à réaliser dans des délais de 5ans.

- Les engagements de l'acquéreur se résument durant les 5ans en :
- L'acquéreur s'engage à maintenir l'entreprise en activité et à assurer son développement.
- L'acquéreur doit réaliser un investissement de 70 000 000DA.
- L'acquéreur doit maintenir 119 agents avec leur rémunération, droits et avantages acquis, il doit aussi recruter 13 agents supplémentaires.
- L'acquéreur est tenu de dresser au cédent un rapport annuel pour le contrôle au la vérification.

Dans le cas de retard dans la réalisation des engagements, résulte le paiement des pénalités et l'annulation du contrat de cession. Et dans le cas de respect des clauses du contrat de cession, le vendeur présente une main levée.

### **g. La vente proprement dite et l'éventuelle phase de transition**

Enfin, après que le protocole d'accord ait été rédigé, les conditions suspensives levées et la date de vente atteinte, les démarches liées à la cession sont réalisées (signature de vente, paiement du prix, entrée en fonction,...). Souvent, une phase de suivi a eu lieu pendant les 5 ans venant pour assurer le respect des clauses et de différentes conditions...Il n'a pas eu de difficultés pour fédérer les parties prenantes de l'entreprise après le redémarrage de son activité.

Enfin, le repreneur a également affirmé être prêt à reprendre une entreprise à nouveau si une opportunité se propose et qu'il partage l'affirmation : « *la reprise vous permettra de gagner du temps, c'est plus rapide qu'une création pure* ».

#### 4. Comparaison et discussion des résultats

A la lumière des éléments recueillis dans les réponses des dirigeants des trois entreprises enquêtées, chacun en relation avec une forme précise de l'entrepreneuriat, à savoir la création pure, la franchise et la reprise, nous confirmons concrètement l'existence de plusieurs formes d'entrepreneuriat, en plus de celles déjà mentionnées dans le cadre théorique à l'image de l'essaimage et l'intrapreneuriat.

Cependant, une petite comparaison entre les trois formes d'entrepreneuriat étudiées dans ce mémoire fait ressortir un certain nombre d'éléments de divergence et de convergence.

En effet, pour le cas de la franchise et la reprise, il existe dans les démarches entreprises des engagements à tenir par les entrepreneurs ou les repreneurs vis-à-vis de la partie contractante, contrairement au cas de la création pure ou une nouvelle création qui ne concerne que l'entrepreneur créateur lui-même.

Dans le cas d'une franchise, les exigences sont essentiellement des royalties et une partie du chiffre d'affaire réalisé que le franchisé (l'entrepreneur) doit payer périodiquement à son franchiseur. Le franchisé doit faire en sorte que son entreprise assure la qualité (ISO), sinon il perd son droit. Le franchiseur va introduire également d'autres engagements dans les clauses du contrat.

Pour la reprise, les engagements seront décidés par le cédant selon la situation de l'entreprise (par exemple la réalisation d'un certain chiffre d'affaire dans une durée déterminée). Concernant la création ex-nihilo, et bien qu'elle ne comporte pas d'engagement, son désavantage par rapport aux deux formes précédentes réside dans le risque de faillite pour l'entrepreneur en cas où l'entreprise ne réussit pas ses débuts, ainsi que le temps plus au moins long, notamment en Algérie pour une création nouvelle d'entreprises.

Enfin, quelque soit la forme d'entrepreneuriat adoptée, et en dépit des avantages ou inconvénients de chaque forme, nous estimons que le véritable facteur de réussite est l'entrepreneur lui-même, ses compétences et connaissances en matières d'entrepreneuriat, de gestion d'entreprises et de conduite des affaires.

### **Conclusion :**

A travers ce chapitre, nous avons pu confronter notre problématique sur les formes de l'entrepreneuriat à la réalité du terrain à travers l'enquête que nous avons réalisée auprès des entreprises, ECI Boudiab, Tchîn-Lait et SIMB Bejaia, en plus de la présentation de la méthodologie que nous avons suivie lors de notre recherche.

Puis nous avons obtenus des résultats et des réponses de nos questionnaires, ce qui nous a permis plus particulièrement d'aborder trois formes d'entreprendre, à savoir la création pure ou nouvelle, la franchise et la reprise d'entreprise sur le terrain. Les réponses aux questionnaires ont montré que chaque forme d'entrepreneuriat présente des avantages et des inconvénients en termes d'engagements, de risque et de temps, bien que la figure de l'entrepreneur en soit l'élément central.

## **CONCLUSION GENERALE**

### Conclusion générale

L'entrepreneuriat est une discipline, un phénomène, un acte, et qui a fait l'objet d'études et de recherches autour de son domaine. L'entrepreneuriat était une action sans le savoir et exercé depuis longtemps, avant même qu'il soit l'objet d'étude de ses chercheurs. Ce n'était que sous forme de quelques activités artisanales et agricoles. L'entrepreneuriat s'est développé par la suite, et la création d'entreprise prend le rôle de la seule acceptation comme pour définir l'action d'entreprendre.

L'énorme nombre de recherches et d'essais attribués à l'entrepreneuriat a fait qu'il devienne un savoir actionnable pour faire en sorte de suivre l'évolution et le développement de l'économie mondiale avec les grands changements qu'elle a traversés au fil du temps et continue de le faire jusqu'aujourd'hui.

L'Algérie, comme tout autre pays soucieux du contexte concurrentiel et grâce à l'importance de l'enjeu économique et social de l'entrepreneuriat, a déployé des efforts dans le but d'améliorer la capacité de compétitivité des entreprises, par la mise en place des programmes de soutien à l'entrepreneuriat et à l'innovation.

Pratiquer l'entrepreneuriat aujourd'hui n'est pas limité seulement à la création de nouvelles entreprises, mais, le monde a connu l'émergence de plusieurs et de différentes façons de l'exercer selon le but, les compétences et les enjeux d'en faire.

Ce mémoire a pour objet l'étude pour de faire connaître les formes de l'entrepreneuriat, en apportant des éléments de réponses à la problématique de recherche, c'est le fait que la création des entreprises n'est plus l'unique référence de faire de l'entrepreneuriat qui a attiré notre attention pour développer la présente recherche. Ainsi notre questionnement principal s'est articulé autour des formes d'entrepreneuriat, et comment y procéder, leurs avantages et inconvénients.

Le processus de recherche que nous avons suivi a permis d'acquérir une compréhension de l'entrepreneuriat qui constitue une conjonction complexe ainsi que le principal acteur du phénomène entrepreneurial qui l'entrepreneur. Et après avoir eu un aperçu sur l'entrepreneuriat en Algérie, son évolution et son essor, nous avons abordé les différentes formes d'entrepreneuriat, et essayer d'en comprendre et leurs processus et les modalités de leurs mises en œuvre.

L'étude menée sur trois formes d'entrepreneuriat a permis de valider l'hypothèse selon laquelle les formes d'entrepreneuriat ont chacune une succession d'étapes à suivre pour réaliser son projet entrepreneurial, et que chaque forme possède tant d'avantages que d'inconvénients.

Cependant, ce travail souffre évidemment de limites pratiques, comme l'absence dans le cas pratique des autres formes d'entrepreneuriat à l'instar de la filialisation, l'entrepreneuriat social ou l'entrepreneuriat vert. En plus de la restriction de la partie pratique à une étude de cas de trois entreprises, pour des raisons évidentes et relatives à la conjoncture sanitaire actuelle et au facteur de temps et de moyens .



## **BIBLIOGRAPHIE**

## BIBLIOGRAPHIE

1. A Ben HAMED AMARA, (2015) : « Contribution des finalités de l'essaimage. Vers une modélisation de la stratégie d'essaimage : cas des grandes entreprises tunisiennes ». Gestion et Management, Université Sorbonne, Paris
2. A FAYOLLE, (2003) : « le métier de créateur d'entreprise », Editions d'Organisation, P.11.
3. A.FAYOLLE, 2004, « Entrepreneuriat : Apprendre à entreprendre », Ed Dunod,
4. A. FAYOLLE, VERSTRAETE (2004) : « paradigme et entrepreneuriat », revue de l'entrepreneuriat, vol4, n°1.
5. A.GREVET, (2013) : « Créer ou reprendre une entreprise », EYROLLES, Paris.
6. A.TOUNES, (2003) : « L'intention entrepreneuriale : une recherche comparative entre les étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE ». Thèse pour le doctorat en Science de Gestion, Université de Rouen, France.
7. BOUCHARD, (2009) : « Intrapreneuriat » In « entrepreneuriat » ouvrage dirigé par Michel Coster, Pearson Education France, Paris, P 297-304.
8. BRAZEAL, HERBERT, (1999): « The genesis of entrepreneurship ». Entrepreneurship Theory and Practice, 23 (3).
9. CARLAND, HOY & BOULTON, (1984): « Differentiating entrepreneurs from small business owners: a conceptualization». Academy of Management Review, 9(2)
10. C.BEAUCOURT & P.LOUART, (2000) : «Des entrepreneurs dans les franges du salariat », in VERSTRATE, T. (dir), Histoire d'entreprendre-Les réalités de l'entrepreneuriat, Caen : Editions EMS.
11. C BRUYAT, (1993) : « création d'entreprise : contribution épistémologiques et modélisations », gestion et management, université pierre mendès-France-Grenoble II.
12. C BRUYAT, P.-A JULIEN, (2001): « Defining the field of research in entrepreneurship ». Journal of Business Venturing, 16(2)
13. C. LEGER-JARNIOU, (2011) : « Etude de marché : Comment la réussir pour construire son business model », Ed DUNOD, 4<sup>e</sup> édition, Paris
14. C.ZIMMER (FFF) & A.BELAIS (AFE), 2016 : « Le guide de créateur d'entreprise en franchise », France
15. D.CAUMONT, (1998) : « Les études de marché, Comment concevoir, réaliser et analyser une étude », Edition Dunod, Paris

16. Code des sociétés (Livre 5 du code du commerce) ordonnance du 26 septembre 1975, Chapitre 1 (Art : 551), chapitre 2 (Art : 564, 566, 592, 594, 610). [NB : cette version est à jour des textes suivants : le Décret législatif n°93-08 du 25 avril 1993, et l'Ordonnance n°96-27 du 9 décembre 1996].
17. F.PETTINATO, 2001, « La franchise : les formes, les avantages, les inconvénients, le contrat et ses clauses, ce qu'il faut savoir avant et après avoir choisi une franchise », Edition de Vecchi
18. H DAVAL, (1998) : « L'essaimage comme opportunité de création d'effets de synergie entre grandes entreprise et PME », Congrès International Francophone sur la PME
19. H DAVAL, (2000) : « le processus entrepreneurial d'essaimage ».
20. HERNANDEZ, (1999) : « In processus entrepreneurial, le harmattan », l'Harmattan.
21. J-C CACHON, « Entrepreneurs : pourquoi ? Comment? Quoi? », p22.
22. JULIEN ET MARCHESNAY, (1996) : « l'entrepreneuriat », Economica
23. J-M PLAN, (2003) : « Management des organisations, théories, concepts, cas », édition Dunod, Paris
24. JULIEN P.A. ET CADIEUX L. (2010) « La mesure de l'entrepreneuriat » Rapport d'étude. Institut statistique du Québec, Canada.
25. Journal officiel de la république algérienne N°2, chapitre 2 « DE LA DEFINITION DE LA PETITE ET MOYENNE ENTREPRISE», du 11/01/2017, Articles 8, 9 et 10
26. J-Y. CAPUL & O. Garnier, (1998) :« dictionnaire d'économie et de sciences sociales » Ed Hatier, 1998
27. L.J FILION, (1997) : « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », in Revue Internationale P.M.E., vol. 10, n°2, p. 129-172.
28. MANUEL D'OSLO, 3ème édition, Organisation de coopération et de développement économique (OCDE), 2005,
29. MELBOUCI. L, (2008) « Le capital social et le comportement innovateur de l'entrepreneur algérien », Communication au colloque international sur l'entrepreneuriat et la PME, Belgique .
30. Ministère Tunisien de l'industrie et de la Technologie, (2012) : « Projet de développements de l'essaimage : Guide d'essaimage à la STEG »
31. Ministère du Commerce, 2017, « Création d'entreprise : Les modalités d'inscription au RC », Alger.
32. O.BASSO, (2006), « Peut-on manager les intrapreneurs ? » Revue française de gestion N° 168-169.

33. OCDE, 1998, Stimuler l'esprit d'entreprise, Edition OCDE, Paris, P 25.
34. O. MIEIR, « Dico du Manager », Paris, DUNOD, 2009, P72.
35. P BRENET, (1998) : « Stratégie d'essaimage des grandes entreprises et création des PME », 5<sup>e</sup> congrès international Francophone sur la PME, 22, 23 et 24 Octobre, Metz et Nice, p 3,4.
36. P DRUCKER, (1985): « Entrepreneurship and innovation: practices and principles», NY: Harper Business,
37. R.AKNINE S. et Y.FERFERA, 2014, « Entrepreneuriat et création d'entreprise en Algérie : une lecture à partir des dispositifs de soutien et d'aide à la création des entreprises », Revue des Sciences Economique et de Gestion, n°14
38. R JAZIR, (2007) : « peut on parler de l'intrapreneuriat dans une organisation complexe comme l'université : l'acadépreneuriat ? . actes du 4<sup>ème</sup> colloque international de finance 4<sup>th</sup> IFC. 15-16-17 mars 2007. Hammamet. Tunisie.
39. R. JAZIRI, 2013, « L'acadépreneuriat : Une nouvelle thématique de recherche dans le champ de l'entrepreneuriat », Tunisie, p7.
40. S BALLAND , A-M BOUVIER « Management des entreprises », édition DUNOD
41. S.COUNOT & S.MULIC, 2004, « Le rôle économique des repreneurs d'entreprises », INSEE Première n° 975
42. V. Bouchard, (2009) : « Intrapreneuriat In 'entrepreneuriat' », ouvrage dirigé par Michel Coster, Pearson Education France, Paris, 2009. P 297.
43. VERSTRAETE et FAYOLLE, (2005) : « paradigmes et entrepreneuriat».revue de l'entrepreneuriat, P.33-52.
44. V FRANCOIS, (2013) : « De l'émergence organisationnelle en général aux spins offs universitaires en particulier », document de synthèse en vue de la présentation d'une habilitation à diriger des recherches en gestion. Université de Lille 1.

### Sites internet

45. <http://www.natp.dz>
46. <http://barrazacarlos.com/fr/quest-ce-que-la-culture-entrepreneurial/>
47. <http://cairn.info/revue-francaise-de-gestion-2008-5-page-141.htm#no1>
48. <http://fr.kamerblog.com/2011/05/c'est-quoi-lentrepreneuriat.html>
49. <http://www.cnac.dz> .
50. <http://www.ansej.org.dz/>
51. <http://www.insee.fr/fr/métadonnées/définition>

52. <http://www.ansej.org.dz>
53. <http://www.anvredet.dz/>
54. <http://www.angem.dz>
55. <http://www.andpme.dz/présentation-mission/>
56. <https://www.franchise-fff.com>

## **Liste des figures**

Figure n°1 : Paradigmes de l'entrepreneuriat

Figure n°2: Processus d'essaimage conventionnel tunisien

Figure n°3 : Les grandes étapes du parcours intrapreneurial

Figure n°4 : Organigramme organisationnel de L'ECI

Figure n°5 : Organigramme de la direction générale de l'entreprise Tchén-Lait Candia

Figure n°6 : Organigramme de la direction générale de l'entreprise SIMB Bejaia

## TABLE DES MATIERES

<b>INTRODUCTION GENERALE .....</b>	<b>8</b>
<b>Chapitre I : Entrepreneuriat ; Concepts de base et contexte algérien .....</b>	<b>11</b>
<b>Introduction .....</b>	<b>12</b>
<b>Section 1 : Cadre conceptuelle de l'entrepreneuriat .....</b>	<b>12</b>
<b>1. L'entrepreneuriat : définition et paradigmes... ..</b>	<b>12</b>
Définition de l'entrepreneuriat .....	12
Paradigmes de l'entrepreneuriat.....	14
Le paradigme de l'opportunité d'affaire .....	14
Le paradigme de la création d'une organisation... ..	15
Le paradigme de la création de la valeur.....	16
Le paradigme de l'innovation .....	17
<b>2. Concepts de l'entrepreneuriat .....</b>	<b>17</b>
L'acteur de l'entrepreneuriat : L'entrepreneur .....	18
Les caractéristiques de l'entrepreneur .....	19
La force motrice de l'entrepreneuriat : L'esprit d'entreprise .....	21
Le moteur de l'entrepreneuriat : l'innovation... ..	22
La culture entrepreneuriale.....	22
Le risque.....	23
<b>Section 2 : contexte d'émergence et évolution de l'entrepreneuriat en Algérie .....</b>	<b>24</b>
<b>1. Historique et évolution de l'entrepreneuriat en Algérie .....</b>	<b>24</b>
L'entrepreneur de l'Algérie indépendante .....	24
L'essor de l'entreprise privée .....	25
La transition vers l'économie de marché .....	26
<b>2. L'entreprise.....</b>	<b>27</b>
La Petite et Moyenne Entreprise (PME) .....	28
La classification selon le statut juridique .....	28
<b>3. Les politiques publiques de la promotion de l'entrepreneuriat .....</b>	<b>30</b>
Les services publics d'aide à la création de micro-entreprises.....	30
La Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC).....	30
L'agence Nationale de Soutien à l'Emplois des Jeunes (ANSEJ) .....	31
L'Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI).....	31
L'Agence Nationale pour la Gestion des Microcrédits (ANGEM).....	32
L'Agence Nationale de Développement de la Petite et Moyenne Entreprise (ANDPME) .....	32
Les structures d'accompagnement et de conseil .....	32
L'Agence Nationale de Valorisation des Résultats de la Recherche et du Développement Technologique (ANVREDET) .....	33
Les incubateurs d'entreprise.....	33

<b>Conclusion</b> .....	<b>34</b>
<b>Chapitre II : Les formes d’entrepreneuriat</b> .....	<b>35</b>
<b>Introduction</b> .....	<b>36</b>
<b>Section I : la création d’entreprise</b> .....	<b>36</b>
<b>1. La création ex-nihilo</b> .....	<b>36</b>
Comment se passe une création ex-nihilo ? .....	37
L’idée de la création d’une entreprise .....	37
L’étude de marché.....	37
L’élaboration d’un business plan... ..	38
L’étude financière du projet .....	38
Le choix du statut et la démarche administrative .....	39
Les avantages et les inconvénients.....	40
<b>2. La création par franchise</b> .....	<b>40</b>
Définition .....	40
Les principes fondamentaux de la franchise .....	41
Typologie de franchise .....	41
Comment devenir franchisé ?.....	42
Faire le point sur votre projet .....	42
Faire une étude de marché.....	42
Choisir son franchiseur .....	42
Faire un business plan... ..	43
Créer votre entreprise .....	43
Signer le contrat de franchise .....	43
Les avantages et les inconvénients de devenir franchisé .....	43
<b>3. La création par essaimage</b> .....	<b>44</b>
Définition .....	44
Les formes d’essaimage d’entreprise .....	45
Comment essayer ? .....	45
La première partie .....	46
La deuxième partie : l’étude de la faisabilité du projet .....	47
La troisième partie : la réalisation et le suivie.....	48
Les avantages et les inconvénients de l’essaimage .....	48
<b>Section II : la reprise d’entreprise</b> .....	<b>49</b>
<b>1. Définition</b> .....	<b>50</b>



2. Comment devenir repreneur d'une entreprise ? .....	50
préparation du projet de reprise.....	50
recherche une entreprise à reprendre et à développer .....	51
rencontre du cédant et l'analyse de l'entreprise visée.....	51
l'évaluation de l'entreprise à vendre .....	51
le plan de reprise .....	52
Le montage juridique .....	52
Le plan opérationnel.....	52
Le montage financier.....	53
Le prévisionnel de la reprise .....	53
Négociations sur le prix et le protocole d'accord.....	53
La vente proprement dite et l'éventuelle phase de transition.....	53
3. Avantages et inconvénients .....	54
<b>Section III : l'intrapreneuriat .....</b>	<b>55</b>
1. Définition.....	55
2. Les grandes étapes du parcours intrapreneurial.....	56
Détecter une opportunité .....	56
Obtenir un soutien initial.....	56
Obtenir l'accord officiel.....	57
Concrétiser le projet .....	57
Sortie du processus.....	58
3. Les avantages et les inconvénients... ..	58
<b>Conclusion.....</b>	<b>59</b>
<b>Chapitre III : Etude de cas de trois formes de l'entrepreneuriat .....</b>	<b>60</b>
<b>Introduction .....</b>	<b>61</b>
<b>Section I : présentation de la méthodologie de l'enquête de terrain... ..</b>	<b>61</b>
1. Présentation des entreprises enquêtées.....	61
Présentation de l'entreprise ECI Boudiab... ..	61
Présentation de l'entreprise Tchín-lait Candia .....	63
Présentation de l'entreprise SIMB .....	65
Méthodologie de l'enquête de terrain.....	67
Contexte et contraintes de l'étude .....	67
Le questionnaire .....	67
<b>Section II : Analyse des questionnaires et discussion.....</b>	<b>68</b>

1. Cas d'une création ex-nihilo...	68
2. Cas d'une création par franchise : Tchik-lait Candia .....	70
3. Cas d'une reprise d'entreprise : SIMB Bejaia.....	73
4. Comparaison et discussion des résultats... ..	75
<b>Conclusion.....</b>	<b>76</b>
<b>CONCLUSION GENERALE .....</b>	<b>77</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE .....</b>	<b>78</b>
<b>ANNEXE .....</b>	<b>83</b>
<b>LISTE DES FIGURES.....</b>	<b>.....</b>
<b>TABLE DES MATIERE.....</b>	<b>.....</b>

# **ANNEXE**

**Université Abderrahmane Mira de Bejaia**  
**Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion**  
**Département des Sciences de Gestion**

**Questionnaire**

Dans le cadre de la réalisation d'un mémoire, en vue de l'obtention du diplôme de Master en Science de Gestion, option Entrepreneuriat sous le thème « Les formes de l'Entrepreneuriat », nous vous prions de bien vouloir répondre à ce questionnaire.

Ce questionnaire comporte 38 questions et nécessite une vingtaine de minutes pour le remplir. Les données ainsi recueillies seront utilisées à des fins strictement académiques et scientifiques.

Merci pour votre collaboration.

Questionnaire préparé par : BOUDIAB Cylia et BOUDIAB Meriem.

Sous la direction de l'enseignant : Mr. Moustafa OUKACI.

**Année universitaire : 2020/2021**

**Veillez mettre une croix (X) dans les cases appropriées et remplir les espaces.**

**I. Identification :**

1. Nom de l'entreprise :.....
2. Année de création de l'entreprise :.....
3. Adresse de l'entreprise :.....
4. Quelle est la forme juridique de l'entreprise ?

SPA       SARL       SNC       EURL  
 Autre (précisez).....

**5. Quelle est la taille de l'entreprise ?**

Très Petite Entreprise - De 1 jusqu'à 9 (salariés)  
 Petite Entreprise - De 10 jusqu'à 49 (salariés)  
 Moyenne Entreprise - De 50 jusqu'à 249 (salariés)  
 Grande Entreprise - Plus de 250 (salariés)

**6. Quelle est l'activité de l'entreprise ?**

Agriculture  
 BTP  
 Industrie  
 Services  
Autres :.....

**7. L'entreprise a été créée dans le cas de :**

Nouvelle création  
 Reprise d'une entreprise déjà existante  
 Intrapreneuriat (entreprendre au profit d'une entreprise déjà existante)  
 Franchise (droit accordé par une entreprise mère autorisant ainsi l'utilisation de sa marque de produit/service, le savoir-faire ..)  
Autre,.....

**8. Quelle est votre source de financement ?**

Epargne personnelle       Emprunt des amis  
 Capitaux familiaux       Emprunt bancaire

**9. Est-ce que vous avez sollicité l'aide d'un organisme public de soutien à la création d'entreprise ?**

Oui       Non

**Si oui, lequel ?**

ANADE (ex ANSEJ)       ANGEM       Autre, (précisez).....  
 ANDI       CNAC

**10. Niveau de formation du propriétaire**

Moyen  
 Secondaire  
 Etudes supérieures  
 Formation professionnelle

**11. Avant de créer cette entreprise, le créateur était un :**

Sans emploi       Salarié       Cadre d'entreprise       Etudiant

**12. Avez-vous suivi des formations en création d'entreprises ?**

Oui  Non

**Si oui, quel type de formation avez-vous suivi ?**

Management des Entreprises  Internet et TIC  
 Finance et Comptabilité  
 Gestion du Personnel Autre :.....  
 Marketing et Distribution

**II. Cas de la création pure : SARL ECI Boudiab**

**13. Comment avez-vous trouvé l'idée de votre entreprise ?**

Une innovation  
 Continuité entre votre expérience professionnelle et votre projet  
 Un besoin non satisfait

**15. Aviez-vous une idée sur ce secteur d'activité ?**

Oui  Non

**16. Est-ce que vous avez fait une étude du marché ?**

Oui  Non

Si oui, était-elle une étude :  Documentaire  Du terrain  Les deux à la fois

**17. Aviez-vous fait appel aux différents outils spécifiques à étudier le marché ?**

La matrice SWOT ;  
 La matrice PESTEL ;  
 La matrice des 5+1 forces de PORTER.

**18. Qu'est-ce que cela vous a permis de**

Obtenir une connaissance approfondie de son secteur, les besoins du marché visé ;  
 Identifier vos avantages par rapport à la concurrence et déterminer la place que  
l'entreprise entend occuper ;  
 Préparer votre prospection, établir votre offre commerciale et estimer les prévisions  
financières (le CA à titre d'exemple).

Autres :(précisez).....  
.....  
.....

**19. Comment avez-vous effectué votre étude du marché ?**

- Effectuant une recherche documentaire auprès des sources d'informations existantes.
- Récoltant les informations parues dans la presse émanant de la concurrence.
- Visitant les salons, foires, expositions et autres manifestations.
- Interrogeant les professionnels, prescripteurs, donneurs d'ordre et fournisseurs.
- Menant une enquête par questionnaire, entretiens ou mini-test auprès de la clientèle potentielle.
- Observant les concurrents sur le terrain.

Autres : (précisez).....  
.....  
.....

**20. Quelle est votre clientèle ciblée ?**

.....  
.....

**21. Quelle est votre stratégie choisie ?**

.....  
.....

**22. Est-ce que vous avez été accompagné par un expert en la matière dans le cadre de l'élaboration du plan d'affaires de création?**

- Oui  Non

**23. Les prévisions que vous avez établi dans votre plan d'affaire étaient pour :**

- Court terme (1ans).
- Moyen terme (de 1an à 5ans).
- Long terme (plus de 5ans).

**24. En termes de chiffre d'affaires, avez-vous atteint vos objectifs ?**

- Oui  Non

**25. Sur quelle base vous avez choisi votre statut juridique ?**

.....  
.....

**26. Aviez-vous fait une étude financière de votre projet ?**

- Oui  Non

**27. Quelle est votre stratégie de prix ?**

- Stratégie d'écrémage ;

Stratégie de pénétration ;

Stratégie d'imitation.

**28. Quelle est votre stratégie de communication ?**

Publicité à travers les médias (TV, réseaux sociaux,...) ;

Stands et panneaux publicitaires ;

Partenariat ;

Sponsoring.

Autres :

(précisez).....

.....

**29. Quelle est votre stratégie de distribution ?**

Court circuit (entreprise-consommateurs) ;

Moyen circuit (entreprise-détaillants-consommateurs) ;

Long circuit (entreprise-grossistes-détaillants-consommateurs).

**30. Si oui, avez-vous établi les plans prévisionnels suivants :**

Elaborer un plan de financement (un tableau composé d'une colonne des besoins et une autre pour les ressources financières, il faudra trouver une solution pour équilibrer entre les deux) ;

Elaborer un compte de résultat prévisionnel (permet d'avoir une vue générale de la vie de l'entreprise pendant une période déterminée) ;

Elaborer un plan de trésorerie (un tableau permettant de mettre en évidence les décalages entre tous les encaissements et tous les décaissements de l'entreprise au cours d'une période donnée).

**31. Ces prévisions que vous avez établi dans les plans précédents étaient pour :**

Court terme (1 an);

Moyen terme (de 1 an à 5 ans);

Long terme (plus de 5 ans).

**32. Quelle était la démarche administrative que vous avez suivie pour la création définitive de votre entreprise ?**

La dénomination de l'entreprise ;



Le contrat de location ou l'acte de propriété ;

La création du statut ;

L'immatriculation au CNRC;

La carte fiscale et le NIS ;

L'ouverture d'un compte bancaire ;

La publication au BOAL.

Autres : (précisez).....

.....  
.....

**33. Combien avait duré la période entre le début du processus de création de votre entreprise et le démarrage de son activité ?**

.....

**34. Quels ont été les obstacles qui ont freiné votre démarche?**

D'ordre administratif

D'ordre financier

Autres :(précisez).....

.....  
.....

**35. Aviez-vous des difficultés pour fédérer les parties prenantes de l'entreprise (employés, fournisseurs, banques...)?**

.....

.....

**36. Si vous aviez une autre opportunité, créeriez-vous une entreprise, à nouveau, ou vous aurait choisi une autre forme d'entreprendre?**

.....

**37. On dit que « la création pure requiert une prise de risque très élevée, et est sa procédures est lente et longue », est-ce que vous partagez cette affirmation?**

.....

.....

**38. Vous pensez quoi de la création d'entreprise en Algérie ?**

.....

.....

.....

.....

**Merci pour votre collaboration**

**Université Abderrahmane Mira de Bejaia**  
**Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion**  
**Département des Sciences de Gestion**

**Questionnaire**

Dans le cadre de la réalisation d'un mémoire, en vue de l'obtention du diplôme de Master en Science de Gestion, option Entrepreneuriat sous le thème « Les formes de l'Entrepreneuriat», nous vous prions de bien vouloir répondre à ce questionnaire.

Ce questionnaire comporte 40 questions et nécessite une vingtaine de minutes pour le remplir. Les données ainsi recueillies seront utilisées à des fins strictement académiques et scientifiques.

Merci pour votre collaboration.

Questionnaire préparé par : BOUDIAB Cylia et BOUDIAB Meriem.

Sous la direction de l'enseignant : Mr. Moustafa OUKACI.

**Année universitaire : 2020/2021**

**Veillez mettre une croix (X) dans les cases appropriées et remplir les espaces.**

**I. Identification :**

1. **Nom de l'entreprise :**.....

2. **Année de création de l'entreprise :**.....

3. **Adresse de l'entreprise :**.....

4. **Quelle est la forme juridique de l'entreprise ?**

SPA                       SARL                       SNC                       EURL

Autre (précisez).....

5. **Quelle est la taille de l'entreprise ?**

Très Petite Entreprise - De 1 jusqu'à 9 (salariés)

Petite Entreprise - De 10 jusqu'à 49 (salariés)

Moyenne Entreprise - De 50 jusqu'à 249 (salariés)

Grande Entreprise - Plus de 250 (salariés)

6. **Quelle est l'activité de l'entreprise ?**

Agriculture

BTP

Industrie

Services

Autres :.....

7. **L'entreprise a été créée dans le cas de :**

Nouvelle création

Reprise d'une entreprise déjà existante

Intrapreneuriat (entreprendre au profit d'une entreprise déjà existante)

Franchise (droit accordé par une entreprise-mère autorisant l'utilisation de sa marque de produit/service, le savoir-faire .. )

Autre,.....

8. **Quelle est votre source de financement ?**

Epargne personnelle

Emprunt des amis

Capitaux familiaux

Emprunt bancaire

9. **Est-ce que vous avez sollicité l'aide d'un organisme public de soutien à la création d'entreprise ?**

Oui

Non

**Si oui, lequel ?**

- ANADE (ex ANSEJ)     ANGEM     Autre, (précisez).....  
 ANDI     CNAC

**10. Niveau de formation du propriétaire**

- Moyen  
 Secondaire  
 Etudes supérieures  
 Formation professionnelle

**11. Avant de créer cette entreprise, le créateur était un :**

- Sans emploi     Salarié     Cadre d'entreprise     Etudiant

**12. Avez-vous suivi des formations en création d'entreprises ?**

- Oui     Non

**Si oui, quel type de formation avez-vous suivi ?**

- Management des Entreprises     Internet et TIC  
 Finance et Comptabilité     Marketing et Distribution  
 Gestion du Personnel    Autre : .....

**13. Le dirigeant (gestionnaire) de l'entreprise est-il le propriétaire ?**

- Oui     Non

**Si non, qui est-ce ?.....**

**II. Cas de la franchise : Candia Tchín-Lait**

**14. Candia Tchín-lait, est-elle une franchise de :**

- Production     Services     Distribution

**15. Etiez-vous de la profession avant de vous lancer dans l'activité ?**

- Oui     Non

**16. Avez-vous une idée sur le secteur d'activité ?**

- Oui     Non

**17. Avez-vous fait une recherche sur les réseaux de franchise que vous pourriez rejoindre ?.....**

.....  
.....  
.....

**18. Est-ce que vous avez fait une étude du marché ?**

- Oui     Non

Si oui, était-elle une étude ?  Documentaire  Du terrain  Les deux à la fois

**19. Quels sont les critères qui vous ont aidé à choisir votre franchiseur ?**

- La réputation, l'ancienneté et la taille du réseau de franchise.
- La rentabilité estimée du franchiseur.
- L'originalité du concept, la capacité à se différencier des concurrents.
- Les dispositifs d'accompagnement ou de formation proposés.
- La qualité des produits ou services vendus.

Autre : (précisez).....  
.....

**20. Comment êtes-vous entré en contact avec votre franchiseur ?**

.....  
.....

**21. Comment s'est déroulé la période entre votre premier contact et le début d'activité avec le franchiseur ? Et cela avait duré combien de temps ?**

.....  
.....  
.....  
.....

**22. Avez-vous consulté des partenaires de votre franchiseur ?**

.....  
.....

**23. Quelle est votre clientèle ciblée ?**

.....  
.....

**24. Quelle est votre stratégie choisie ?**

.....  
.....

**25. Les prévisions que vous avez établies dans votre plan d'affaire étaient pour :**

- Le court terme (1ans).
- Le moyen terme (de 1ans à 5ans).
- Le long terme (plus de 5ans).

**26. En termes de chiffre d'affaires, avez-vous atteint vos objectifs ?**

- Oui
- Non

**27. Sur quelle base vous avez choisi votre statut juridique ?**

.....  
.....

**28. Avez-vous reçu le DIP (un document d'informations précontractuelles) de votre franchiseur avant la signature du contrat ?**

.....  
.....

**29. Quelle est la durée de l'engagement dans cette franchise ?**

.....

**30. Quels étaient vos engagements et les engagements du franchiseur ?**

.....  
.....  
.....  
.....

**31. Le savoir-faire doit être identifié sous forme écrite « bible du franchisé ou package », est ce que ce document vous a été remis dès la signature du contrat ?**

.....  
.....  
.....

**32. Quels sont les services que vous a apportés votre franchiseur au démarrage de votre activité ?** .....

.....  
.....  
.....

**33. Votre franchiseur a-t-il concrètement respecté tous les points sur lesquels il s'était engagé ?**

- 
-

Oui

Non

**34. Avez-vous un besoin permanent de votre franchiseur dans le cadre de votre activité ? et est-ce qu'il répond à vos attentes ?**

.....  
.....  
.....

**35. Est-ce que la transparence existe dans le cadre de votre contrat de franchise ?**

.....  
.....

**36. Est-ce qu'il existe un contrôle de la part du franchiseur, qu'est ce qu'il peut vous apporter ? .....**

.....

**37. Si vous aviez une autre opportunité, signeriez vous, à nouveau, avec votre franchiseur ?**

.....

**38. Auriez vous pu mener à bien votre activité si vous aviez à la créée sans franchise ?**

.....  
.....

**39. On dit que « la franchise vous permettra de supprimer 90% de vos risques de faillite », est-ce que c'est la réalité ?**

.....  
.....

**40. Que pensez-vous de la franchise en Algérie ?**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**Merci pour votre collaboration**

**Université Abderrahmane Mira de Bejaia**  
**Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion**  
**Département des Sciences de Gestion**

**Questionnaire**

Dans le cadre de la réalisation d'un mémoire de fin de cycle, en vue de l'obtention du diplôme de Master en Science de Gestion, option Entrepreneuriat sous le thème « Les formes de l'Entrepreneuriat », nous vous prions de bien vouloir répondre à ce questionnaire.

Ce questionnaire comporte 41 questions et nécessite une vingtaine de minutes pour le remplir. Les données ainsi recueillies seront utilisées à des fins strictement académiques et scientifiques.

Merci pour votre collaboration.

Questionnaire préparé par : BOUDIAB Cylia et BOUDIAB Meriem.

Sous la direction de l'enseignant : Mr. Moustafa OUKACI.

**Année universitaire : 2020/2021**



**Veillez mettre une croix (X) dans les cases appropriées et remplir les espaces.**

**I. Identification :**

1. Nom del'entreprise :.....
2. Année de création de l'entreprise :.....
3. Adresse de l'entreprise :.....
4. Quelle est la forme juridique de l'entreprise ?

SPA       SARL       SNC       EURL  
 Autre (précisez).....

**5. Quelle est la taille de l'entreprise ?**

Très Petite Entreprise - De 1 à 9 (salariés)  
 Petite Entreprise - De 10 à 49 (salariés)  
 Moyenne Entreprise - De 50 à 249 (salariés)  
 Grande Entreprise - Plus de 250 (salariés)

**6. Quelle est l'activité de l'entreprise ?**

Agriculture  
 BTP  
 Industrie  
 Services  
Autres :.....

**7. L'entreprise a été créée dans le cadre de :**

Nouvelle création  
 Reprise d'une entreprise déjà existante  
 Intrapreneuriat (entreprendre au profit d'une entreprise déjà existante)  
 Franchise (droit accordé par une entreprise mère autorisant ainsi l'utilisation de sa marque de produit/service, le savoir-faire .. )  
Autre,.....

**8. Quelle est votre source de financement ?**

Epargne personnelle       Emprunt des amis  
 Capitaux familiaux       Emprunt bancaire

**9. Est-ce que vous avez sollicité l'aide d'un organisme public de soutien à la création d'entreprise ?**

Oui       Non

**Si oui, lequel ?**

ANADE (ex ANSEJ)       ANGEM      Autre,  (écisez).....  
 ANDI CNAC     

**10. Niveau de formation du propriétaire**

Moyen  
 Secondaire  
 Etudes supérieures  
 Formation professionnelle

**11. Avant de créer cette entreprise, le créateur était un :**

Sans emploi       Sal       Cad       entreprise       Etudiant

**12. Avez-vous suivi des formations en création d'entreprises ?**

Oui  Non

**Si oui, quel type de formation avez-vous suivi ?**

Management des Entreprises  Internet et TIC  
 Finance et Comptabilité  
 Gestion du Personnel Autre :.....  
 Marketing et Distribution

**II. Cas de la reprise d'une entreprise : EURL SIMB Bejaia**

**13. Par quelle voie avez-vous trouvé une entreprise à reprendre ?**

Réseau personnel et professionnel  Intermédiaires  
 Bourses d'opportunités  sans intermédiaires  
Autre (précisez) :.....

**14. Comment vous avez trouvé l'état de l'entreprise à reprendre?**

En bonne santé financière  En mauvaise santé financière

**15. Quels sont les critères qui vous ont aidé à choisir l'entreprise à reprendre?**

La réputation, l'ancienneté et la taille de l'entreprise.  
 La rentabilité estimée de l'entreprise.  
 Les dispositifs d'accompagnement ou de formation que détenait l'entreprise.  
 La qualité des produits ou services vendus.  
Autre : (précisez) .....  
.....

**16. Avez-vous changé le nom de l'entreprise ?**

Oui  Non

Si oui, quel était son nom ? .....

**17. Avez-vous changé le statut juridique de l'entreprise au début ?**

Oui  Non

Si oui, quel était son ancien statut juridique ?

SPA  SARL  SNC  EURL

Autre (précisez) :.....

**18. Quel est le type de l'entreprise que vous avez repris?**

Start-up  Entreprise familiale  
 Grande entreprise Avec  Bonne notoriété

**19. Aviez-vous une idée sur son secteur d'activité ?**

Oui  Non

**20. Comment êtes-vous entré en contact avec votre cédant ?**

.....  
.....

**21. La rencontre avec votre cédant vous a-t-elle permis de bien connaître votre éventuelle entreprise ?**

Oui  Non

**22. Quelles ont été les informations que vous avez pu obtenir de vos rencontres avec le cédant ?**

- Présentation détaillée de l'activité de l'entreprise.
- Les points forts et les points faibles de l'entreprise.
- Les outils de production et la construction du chiffre d'affaire.
- La clientèle, les concurrents et les fournisseurs.
- Le personnel de l'entreprise, les postes stratégiques et de son organisation.

23.

**Combien avait duré la période entre la première rencontre et le début d'activité ?**

.....

**24. Avez-vous rédigé une lettre d'intention :**

Oui  Non

Si oui, quel était son contenu ?

.....  
.....  
.....

**26. Avez-vous consulté des partenaires de l'entreprise ?**

.....  
.....

**27. Avez-vous réalisé un audit d'acquisition ?**

Oui  Non

Si oui, cela vous a permis de :

- Obtenir l'avis d'un tiers de confiance et de confronter ses informations avec celle issues du rapport d'audit.
- Détecter les risques liés à l'opération de reprise afin de prendre une décision en connaissance de cause
- Examiner les données comptables et financières de l'entreprise cible.

Autre (précisez) : .....

**28. Quelle méthode avez-vous suivi pour effectuer votre reprise ?**

- Acquisition des titres par le repreneur.
- Acquisition du fonds de commerce.
- Filialisation de l'entreprise reprise.

Rachat progressif des titres.  
Autre (précisez) .....

**29. Quelle modalité de paiement avez-vous suivi ?**

Paiement immédiat.  
 Paiement échelonné.  
Autre (précisez) .....

**30. Lord de la reprise, est-ce que vous avez tenu compte des éléments suivants ?**

Du sort des dettes actuelles de l'entreprise.  
 Du sort l'éventuel compte courant d'associé du cédant.  
 Des garanties d'actif et de passif dans le cadre de la cession.

**31. Quelle est votre stratégie suite au rachat de l'entreprise selon les éléments suivants ?**

- Une partie commerciale : produits et services vendus, le prix pratiqué, le développement du CA, le plan de communication et lancement de nouveaux produits ou services...
- Une partie consacrée à la production : production actuelle, état des outils de production et changement des méthodes de fabrication...
- Une partie consacrée aux investissements : état actuel des actifs de l'entreprise et les investissements à prévoir...
- Une partie consacrée aux approvisionnements : les sources et les coûts d'approvisionnements actuels, le coût d'achat...
- Une partie consacrée au personnel : l'effectif actuel, embauche prévues, changement d'organisation...
- Une partie consacrée aux dépenses : les dépenses actuelles, nouvelles charges à prévoir...

**32. Avez-vous établi les documents suivants :**

Un bilan comptable                       Un compte de résultat prévisionnel  
 Un bilan de financement                 Tableau de trésorerie mensuel

**33. Est-ce que vous avez été accompagné par un expert comptable dans le cadre de l'élaboration du plan de reprise et de l'audit d'acquisition ?**

Oui     Non

**34. Quelle méthode avez-vous suivi pour déterminer le prix d'acquisition?**

Méthode patrimoniale : l'entreprise vaut ce qu'elle possède.  
 Méthode de rentabilité : l'entreprise vaut ce qu'elle rapportera.

Méthode comparative : l'entreprise vaut ce que valent les autres.

Autre méthode (précisez) : .....

**35. Avez-vous rédigé un protocole d'accord à la fin des négociations (un acte juridique écrit et qui matérialise l'accord entre l'acquéreur et le cédant en reprenant les termes importants des négociations). ?**

Oui

Non

**36. Aviez-vous eu un besoin d'accompagnement de votre cédant durant le début de l'activité?**

.....  
.....  
.....

**37. Est-ce que la transparence était présente dans le cadre des négociations?**

.....  
.....

**38. Aviez-vous des difficultés pour fédérer les parties prenantes de l'entreprise (employés, fournisseurs, banques...), une fois reprise ?**

.....  
.....

**39. Si vous aviez une autre opportunité, reprendriez-vous une entreprise, à nouveau, ou vous aurait choisi une autre forme d'entreprendre?**

.....

**40. On dit que « la reprise vous permettra de gagner du temps, c'est plus rapide qu'une création pure » est-ce que vous partagez cette affirmation?**

.....  
.....

**41. Si vous voulez ajouter d'autres éléments sur le processus de reprise d'entreprise, n'hésitez pas à le faire dans cet espace ?**

.....  
.....  
.....  
.....

**Merci pour votre collaboration**

## **CONTRAT DE FRANCHISE**

(Conformément à la Loi Doubin du 31 décembre 1989  
Et du décret d'application de l'art.1<sup>er</sup> de la Loi Doubin du 4 avril 1991)

Il a été convenu le présent contrat de franchise entre :

### **LE FRANCHISEUR :**

- Le réseau XXXXXXXXXXXX (marque déposée), société à responsabilité limitée au capital de XXXXXXXXXXXX euros dont le siège social est fixé à l'adresse XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX et immatriculée au Registre du Commerce et des Sociétés sous le numéro XXXXXXXXXXXX RCS XXXXXXXXXXXX. Le réseau est représenté par son Gérant/Représentant XXXXXXXXXXXX,

D'une part,

Et,

### **LE FRANCHISE :**

- La société XXXXXXXXXXXX, société à responsabilité limitée **en cours d'immatriculation** dont le siège social sera fixé au XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX et représentée par ses deux associés :

1°) Madame/Monsieur XXXXXXXXXXX, marié(e), né(e) le XXXXXXXXXXXX à XXXXXX (XXXXX) et demeurant XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

2°) Madame/Monsieur XXXXXXXXXXX, marié(e), né(e) le XXXXXXXXXXXX à XXXXXX (XXXXX) et demeurant XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

D'autre part.

Le franchisé s'engage à fournir au réseau XXXXXXXXXXXXXXXX un extrait K-Bis original dès son obtention, une copie des statuts certifiée conforme par le gérant (ou les co-gérants) et la copie recto verso des pièces d'identité de chaque associé.

Le présent contrat de franchise définit sans ambiguïté les obligations et les responsabilités respectives des parties ainsi que toutes autres clauses matérielles de la collaboration telles qu'elles étaient décrites dans le D.I.P qui vous a été envoyé en date du XXXXXXXXXXXXXXXX (conformément à la Loi Doubin).

### **ARTICLE 1 – LES DROITS DU FRANCHISEUR**

Le réseau XXXXXXXXXXXXXXXX se réserve le droit de demander et d'obtenir à tout moment la situation fiscale, comptable et financière du franchisé d'une part, ainsi que tous autres points concernant l'activité, la gestion et la tenue globale d'autre part. Ces vérifications auront pour seuls objectifs le conseil et le soutien. Travailler sous une même enseigne implique l'entraide, le respect mutuel et la performance de la méthode.

### **ARTICLE 2 – LES DROITS DU FRANCHISE**

Le franchisé reste financièrement et juridiquement indépendant. En conséquence, chaque franchisé reste libre de prendre toutes les décisions qu'il jugera bon pour le bien de son entreprise. En conséquence, le franchisé reste indépendant et responsable de tous ses actes de gestion et administratifs. Toutefois, le franchisé est invité à consulter autant de fois qu'il le souhaite le réseau XXXXXXXXXXXXXXXX pour obtenir conseils et soutien et ce, dans tous les domaines liés directement à son activité. Le franchisé conserve son champ d'application. Le franchisé conserve le droit d'utiliser, user et revendiquer la marque XXXXXXXXXXXXXXXX sous laquelle il exerce, sous certaines conditions. Il devra notamment consulter le réseau pour toute utilisation de la marque ou du logo XXXXXXXXXXXXXXXX « Voir Biens et services fournis à la charge du franchisé » lequel se chargera de rechercher et négocier avec les professionnels sélectionnés (centrale d'achat); l'objectif étant de faire bénéficier au franchisé d'un gain de temps et de savoir faire, d'exiger un résultat de qualité et obtenir des prix préférentiels. Le travail sera refacturé par le réseau au franchisé, avec devis accepté, bon de commande signé et facture soumise à la TVA.

### **ARTICLE 3 – LES BIENS ET SERVICES FOURNIS AU FRANCHISE**

**BIENS ET SERVICES FOURNIS A LA CHARGE DU FRANCHISEUR :**

Le réseau XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX s'engage à fournir au franchisé les biens et services suivants :

- XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
- XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
- XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
- XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
- XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
- XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
- XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
- XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
- XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

**BIENS ET SERVICES FOURNIS A LA CHARGE DU FRANCHISE :**

- XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
- XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
- XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
- XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
- XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
- XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
- XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
- XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

**IMPORTANT : A NOTER**

Tous les biens matériels tels que bureaux, informatique, chaises, téléphones, fax, photocopieurs restent à la charge du franchisé. Ce dernier pourra s'équiper auprès du fournisseur de son choix sans aucune restriction ni aucun contrôle de la part du réseau XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX. De même, le choix de décoration intérieure de l'agence reste libre (peinture, plantes, tableaux...). Toutefois, les posters et/ou publicité envoyés gratuitement par le réseau devront être placés en évidence dans votre société comme signe de ralliement au réseau.

**ARTICLE 4 – LES OBLIGATIONS DU FRANCHISEUR**

Le franchiseur est l'initiateur d'un "Réseau de franchise" constitué du franchiseur et des franchisés et dont il a vocation à assurer la pérennité.

Le franchiseur devra :

- Avoir mis au point et exploité avec succès un concept pendant une période raisonnable et dans au moins une unité pilote avant le lancement du réseau (l'unité pilote étant basée XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX).
- Etre titulaire des droits sur les signes de ralliement de la clientèle : enseigne, marques et autres signes distinctifs. La marque XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX et le logo XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX sont juridiquement protégés (dépôt auprès de l'Institut National de la Propriété Industrielle - INPI).
- Apporter à ses franchisés une formation initiale et leur apporter continuellement une assistance commerciale et/ou technique pendant toute la durée du contrat (voir paragraphe Biens et services fournis au franchisé).

**ARTICLE 5 – LES OBLIGATIONS DU FRANCHISE**

Le franchisé devra :

- Consacrer ses meilleurs efforts au développement du réseau de franchise et au maintien de son identité commune et de sa réputation.
- Fournir au franchiseur les données opérationnelles vérifiables afin de faciliter la détermination des performances et les états financiers requis pour la direction d'une gestion efficace. Le franchisé autorisera le franchiseur et/ou ses délégués à avoir accès à ses locaux et à sa comptabilité à des heures raisonnables.
- Ne pas divulguer à des tiers le savoir-faire fourni par le franchiseur ni pendant, ni après la fin du contrat.
- Respecter une zone de chalandise raisonnable autour de votre société. Le franchisé ne doit en aucun cas se retrouver en situation de concurrence avec un confrère du réseau. Le réseau se charge d'espacer chaque point de vente les uns des autres de manière à ne créer aucune concurrence possible.

Les deux parties devront respecter, de manière continue, les obligations suivantes :

- Agir de façon équitable dans leurs relations mutuelles. Le franchiseur avertira le franchisé par écrit de toute infraction au contrat et lui accordera, si justifié, un délai raisonnable pour la réparer.
- Résoudre leurs griefs et litiges avec loyauté et bonne volonté, par la communication et la négociation directes.

**ARTICLE 6 – LES CONDITIONS FINANCIERES POUR LE FRANCHISE**

Les droits d'entrée du franchisé sont fixés à XXXXXXXXXXXXXXX euros HT comprenant les biens et services

décrits dans le paragraphe « Biens et Services fournis au franchisé » dans l'article 3. Ces droits sont payables à la signature du présent contrat et devront être intégrés dans la comptabilité courante de la société en formation. La TVA est récupérable au taux de 20%.

Une redevance de publicité est calculée chaque année sur la base de XXXX% du chiffre d'affaires hors taxes réalisé au cours de l'année comptable concernée. Ce montant sera réclamé au moment du dépôt de la liasse fiscale du franchisé. Ce dernier devra envoyer au réseau le règlement de cette cotisation accompagné d'une copie de la liasse fiscale déposée au préalable au centre des Impôts.

Aucune redevance de fonctionnement n'est réclamée.

Pour créer sa société, le franchisé aura besoin d'une somme totale d'environ XXXXXXXXXXXXXXX euros (hors pas de porte) comprenant les droits d'entrée, l'achat de l'équipement (immobilisations et matériels), décoration et lancement de l'activité. Un bilan prévisionnel a été remis au franchisé accompagné d'un devis estimatif pour l'acquisition de l'ensemble de son matériel.

#### **ARTICLE 7 – LA DUREE DU CONTRAT**

Le contrat est consenti pour une période de XXXXXXXX ans à compter de sa date de signature.

#### **ARTICLE 8 – LES CONDITIONS DE RENOUVELLEMENT DU CONTRAT**

Le renouvellement du contrat est soumis à la reconduction tacite et l'application des droits et obligations de chacune des parties restent identiques. Toutefois, en cas de modification du contenu du présent contrat, un avenant précisant les modifications devra être signé par chacune des parties puis y être annexé. Les modifications proposées par le franchiseur ne pourront intervenir qu'au moment du renouvellement du contrat ; dans ce cas, le franchiseur devra avertir le franchisé par lettre recommandée avec accusé de réception au minimum 6 mois avant la date d'anniversaire du renouvellement.

#### **ARTICLE 9 – LES CONDITIONS DE RESILIATION DU CONTRAT**

La résiliation non justifiée et arbitraire du contrat par le franchisé avant son échéance entraînera le paiement d'une pénalité au franchiseur, équivalente au montant des droits d'entrée par année restante à effectuer jusqu'au terme du contrat.

En cas de cession de l'activité pour raison économique (dépôt de bilan, liquidation judiciaire), le franchisé devra faire parvenir au réseau toutes les pièces justificatives de la situation par courrier recommandé avec AR. Dans ce cas, le franchisé n'aura aucune pénalité ni aucun frais à supporter vis à vis du réseau XXXXXXXXXXXXXXX

En cas de résiliation du contrat à l'échéance, le franchisé devra avertir le réseau par courrier recommandé avec AR au minimum 4 mois avant la date de renouvellement.

Dans tous les cas de figure, le franchisé reste propriétaire de l'intégralité des biens matériels de son agence.

#### **ARTICLE 10 – LES CONDITIONS DE CESSIONS**

Le contrat de franchise reste valable en cas de cession : Le nouveau bénéficiaire deviendra juridiquement franchisé du réseau XXXXXXXXXXXXXXX. Le repreneur s'engagera à poursuivre le contrat de franchise en cours et devra en respecter les conditions. En conséquence, il lui sera possible d'en assurer la continuité ou bien de le résilier aux conditions prévues au contrat.

#### **ARTICLE 11 – CLAUSE DE NON CONCURRENCE**

Le franchisé s'engage à ne pas diffuser les informations professionnelles qui lui ont été communiquées par le franchiseur dans le cadre de l'exercice de ses fonctions.

#### **ARTICLE 12 – CLAUSE DE NON AFFILIATION A UN RESEAU CONCURRENT**

Le franchisé s'engage, pendant une période de XXXXXXXX an et dans un rayon de XXXXXXXXXXXXXXX kilomètres à ne pas exercer, sous une autre enseigne de franchise et à titre indépendant, l'activité.

Fait en 2 exemplaires

Un exemplaire signé est remis à chacune des parties.



Fait à .....

Le .....

**LE FRANCHISE** (signature de tous les associés s'il y a lieu)

---

Précisez la mention « Lu et approuvé, bon pour acceptation du présent contrat »

**LE FRANCHISEUR**

---

Précisez la mention « Lu et approuvé, bon pour acceptation du présent contrat »

## **CONVENTION TYPE POUR LA CREATION D'UN PROJET PAR ESSAIMAGE POUR LES ENTREPRISES PUBLIQUES**

Entre

L'entreprise ..... dont le siège social est situé..... , enregistrée au registre du commerce sous le numéro..... identifiant fiscal numéro..... représentée légalement par Monsieur..... agissant en qualité ....., dénommée ci -après « l'entreprise ».

D'une part,

Et Monsieur..... titulaire de la carte d'identité nationale N°....., demeurant..... dénommé ci-après, « le promoteur ».

D'autre part,

Il a été convenu de réaliser le projet prévu à l'article premier de la présente convention par essaimage conformément à la loi n°2005 -56 du 18 juillet 2005 relative à l'essaimage des entreprises économiques.

### **ARTICLE PREMIER Identification du projet**

Le projet objet de la présente convention consiste en.....(un résumé du projet comportant notamment des informations sur la nature de l'investissement, l'activité principale, le régime de l'investissement, le lieu d'implantation du projet et des informations concernant le marché, le coût du projet, la structure du schéma de financement et d'investissement, la forme juridique de l'entreprise, le taux de participation étrangère, le planning de réalisation du projet, les postes d'emplois à créer ..... ).

## **ARTICLE 2**

### **Les engagements de l'entreprise**

Dans le cadre de l'accompagnement et de l'assistance du promoteur pour la création et la concrétisation du projet, l'entreprise s'engage essentiellement à :

- Permettre au promoteur de bénéficier du régime du congé de création d'entreprise ou du régime de la délégation et de la mobilisation ainsi que du régime du distribution des revenus d'exploitation des brevets, de découverte ou d'invention conformément à la législation en vigueur,
- Financer et élaborer l'étude technico-économique du projet,
- Suivre l'élaboration de l'étude d'exécution du projet en collaboration avec le promoteur,
  
- Fournir au promoteur l'assistance et la consultation technique (le choix des équipements et des procédés de production, les analyses et la négociation des contrats),
- Fournir les services administratifs (bureau équipé des moyens de communication, fax...) et les aspects logistiques nécessaires à la réalisation du projet (les déplacements au profit du projet, participer aux sessions de formation spécifiques,...), la durée de bénéfice de ces services est fixée d'un commun accord entre les deux parties,
- Aider le promoteur à bénéficier des différents avantages accordés dans le domaine de l'investissement et éventuellement à avoir les autorisations prévues par la législation et la réglementation en vigueur en vue d'exercer son activité,
- Aider le promoteur à compléter son schéma de financement en cas de besoins,
- Participer indirectement au capital de l'entreprise. Cette participation peut être réalisée à travers un fonds commun de placement à risque,
- Orienter, conseiller et assister le promoteur à la gestion, la commercialisation et le suivi du projet pendant la période d'exploitation et pour une durée maximum de deux ans à partir de la date d'entrée en exploitation,
- Préserver la confidentialité des informations relatives au projet.

## **ARTICLE 3**

### **Les engagements du promoteur**

Dans le cadre de la réalisation du projet objet de la présente convention, le promoteur s'engage à :

- Assumer à titre personnel la responsabilité de la gestion du projet,
- Participer au minimum de 10% au capital du projet,
- Collaborer avec l'entreprise dans la préparation de l'étude technico -économique du projet,
- Renoncer à la prime d'étude au profit de l'entreprise en cas de bénéfice de cet avantage conformément à la législation en vigueur,
- Etablir un planning de réalisation du projet et s'en tenir à son exécution sous la supervision de l'entreprise,
- Adresser tous les trois mois un rapport au représentant légal de l'entreprise portant l'avancement de l'exécution du projet et précisant, éventuellement, les difficultés rencontrées au niveau de la réalisation du projet,
- Préserver la confidentialité des informations fournies par l'entreprise.

#### **ARTICLE 4** **Règlement des conflits à l'amiable**

Les différends qui pourraient naître entre l'entreprise et le promoteur à propos de la réalisation du projet peuvent être soumis au ministère chargé des petites et moyennes entreprises pour règlement amiable.

Fait à .....le : ...../...../.....

Le promoteur

Le représentant légal de l'entreprise

Visa du ministre de l'industrie, de l'énergie  
et des petites et moyennes entreprises

**A M. xxxxx xxxxx**

**PDG de .....**

**Aux bons soins de la société \*\*\*\*\***

Monsieur,

Suite aux différents entretiens que nous avons eu et aux informations qui m'ont été communiquées par votre conseil la société \*\*\*\*\* sur la société ..... enregistrée à (Lieu) sous le n°SIRET .....que vous souhaitez céder, désignée par la suite la cible, je suis intéressé à conclure cette cession, pour mon compte personnel ou pour le compte de ma société, (nom de sa société), enregistrée à (Lieu) sous le n° SIRET ....., ou encore pour le compte d'une société en création que je me réserve de substituer dans la présente offre et désignée dans la suite le preneur.

Cette cession qui concerne 100% du capital de la cible ou x% si l'offre ne porte pas sur tout le capital, pourrait avoir lieu sur les bases suivantes :

### **1/ Prix et ajustement du prix**

Le prix proposé est de X.XXX.000 euros, établi selon le calcul suivant

....

et donc lié au résultat ...préciser d'exploitation, avant impôt ou net tel qu'il m'a été annoncé à la clôture du ..... et pour une période de .... mois, ce que l'audit comptable devra confirmer.

En option :

Un complément de prix sera payé en fonction du résultat ....sur les bases suivantes ... et à la date du ....

### **2/ Signature d'un protocole**

Dès qu'un accord de principe sera trouvé entre nous, nous vous proposons la signature d'un protocole nous engageant réciproquement sur les bases qui suivent et dont la préparation pourrait être confiée à votre conseil juridique / mon conseil juridique en coordination avec le mien / le vôtre.

### **3/ Conditions suspensives, à lever successivement :**

**/ Financement** : obtention par mes soins du financement nécessaire, en complément de mon apport personnel de X00.000 euros ; en particulier vous mettez votre banquier dans la confidentialité car il me semble bien placé pour participer à l'opération. Je lèverai cette condition suspensive lorsque j'aurai obtenu les assurances que je jugerai seul suffisantes par une lettre simple, fax ou e-mail adressé à Conseil M&A. Si je n'ai pas obtenu ce financement dans un délai de ...jours, j'en notifierai Conseil M&A par les mêmes moyens et mon indemnité d'immobilisation définie ci-après me sera restituée.

**/ Audits** : dès la levée de la condition suspensive précédente, il sera procédé aux audits suivants, aux frais du preneur :

Ne proposer que les audits jugés strictement nécessaires et à titre d'exemples :

- audit comptable entre votre expert-comptable et mon conseil, M.X.....
- audit commercial, par mes soins/par M. X...., avec vous-mêmes / votre directeur commercial
- audit des stocks, délégué par mes soins à M. X... préciser la méthode et les documents de référence
- audit social, délégué par mes soins à M. X... préciser l'objet
- audit juridique, délégué par mes soins à M. X... préciser les documents à auditer

#### **4/ Garantie d'actif et de passif**

Une garantie devra être signée par vous en même temps que le protocole, couvrant un montant total de .... euros, dégressif en trois tiers pour couvrir les exercices des années ..., ... et ...

Nous devons définir ensemble les conditions précises de son application.

Cette garantie sera matérialisée par une caution bancaire ou tout autre moyen équivalent à convenir, d'un montant total de ... euros, également dégressif en trois tiers pour couvrir les exercices des années ..., ... et ... à remettre au jour de la signature définitive.

#### **5/ Accompagnement du cédant et engagement de non concurrence**

Vous assurerez un accompagnement de la reprise rémunéré sur la base de .... / non rémunéré et qui s'étendra sur une durée de ... que le preneur aura la liberté d'écourter s'il le désire. Cet accompagnement impliquera votre présence ... jours par semaine ....

#### **6/ Clause d'exclusivité**

Jusqu'à la levée des conditions suspensives ou l'abandon du projet, vous m'accorderez une exclusivité et gèlerez donc les contacts avec tous les autres repreneurs éventuels.

#### **7/ Indemnité d'immobilisation**

Choisir une somme raisonnable, en principe 10% du prix mais moins si le prix est supérieur à 1,5 million d'euros.

En échange de cette exclusivité je verserai lors de la signature du protocole une indemnité d'immobilisation de .... euros en un chèque à l'ordre de la CARPA qui sera séquestré par mon conseil juridique/votre conseil juridique jusqu'à la conclusion ou la fin des pourparlers.

L'indemnité d'immobilisation me sera restituée si l'une ou l'autre des conditions suspensives n'était pas levée comme il est dit ci-dessus.

Elle serait affectée au prix de vente en cas de bonne fin, et donc partie du prix payé à l'un des actionnaires/associés.

Les frais de séquestre seront supportés par celle des parties qui recevrait ce paiement.

#### **8/ Remontée du cédant au capital du preneur**

Je souhaite que vous apportiez au capital de ma société de reprise la somme de .... euros contre un pourcentage de ... % de la dite société

Je prendrai un engagement de rachat de ces titres dans des conditions à définir.

#### **9/ Cheminement proposé jusqu'à la cession**

Le protocole devra être signé dans les plus brefs délais ; il faut prévoir pour la période des audits ... semaines et la signature des actes définitifs, des bordereaux de transfert et le paiement du prix par chèques de banque aux actuels actionnaires ou associés suivra à la diligence du conseil juridique chargé de la préparation des actes.

#### **10/ Durée de validité de la présente offre**

La présente offre est valable 30 jours calendaires.

Le présent courrier est basé sur l'opinion que je me suis faite sur cette entreprise à partir de l'ensemble des informations écrites et verbales qui m'ont été transmises dans le mémorandum de Conseil M&A, les documents complémentaires et nos entretiens. Si les audits apportaient un doute sur certaines de ces informations, ou une minoration sensible de la valeur de l'entreprise, je me réserve de revoir la présente proposition, voire d'interrompre les négociations à tout moment, sans aucune obligation à votre égard et l'indemnité d'immobilisation me serait rendue par le séquestre sur une notification de ma part à vous même par lettre simple de la fin des pourparlers.

Je souhaite votre accord sur la présente et vous prie d'agréer...

# Les formes de l'entrepreneuriat : étude de cas de quelques entreprises privées dans la ville de Bejaia

## Résumé

L'entrepreneuriat fait l'actualité dans la vie quotidienne, tout le monde s'y intéresse. Une multitude de définitions ont été proposées et se proposent encore, par de nombreux chercheurs. Souvent, l'entrepreneuriat est confondu à la création d'entreprise. L'objet de cette recherche est de s'interroger sur les formes de l'entrepreneuriat (la création : ex-nihilo, par franchise et par essaimage ; la reprise d'entreprise et l'intrapreneuriat), à savoir leurs processus ainsi que leurs avantages et inconvénients. Une étude de cas de trois formes d'entrepreneuriat (la création ex-nihilo, la franchise et la reprise) a été réalisée, pour cela nous avons préparé trois questionnaires correspondant à chacune de ces formes. Les résultats obtenus ont mis en évidence le processus entrepreneurial suivi par chaque entreprise et des éléments de comparaison entre elles.

## Mots clés

Entrepreneuriat, PME, franchise, création, reprise d'entreprise, essaimage, intrapreneuriat

## Abstract

Entrepreneurship is in the news in everyday life, everyone is interested in it. A multitude of definitions have been proposed and are still being proposed by many researchers. Often, entrepreneurship is confused with business creation. The purpose of this research is to question the forms of entrepreneurship (creation: ex-nihilo, by franchise and by spin-off; business takeover and intrapreneurship), namely their processes as well as their advantages and disadvantages. A case study of three forms of entrepreneurship (ex-nihilo creation, franchising and takeover) was carried out, for which we prepared three questionnaires corresponding to each of these forms. The results obtained highlighted the entrepreneurial process followed by each company and elements of comparison between them.

## Key words:

Entrepreneurship, PME, franchising, business creation, business takeover, spin-off, intrapreneurship.