

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



Mémoire de fin de cycle
En vue l'obtention du diplôme de master en sciences de gestion
Option : Entrepreneuriat

Thème :
ENTREPRENEURIAT ET LES DISPOSITIFS D'AIDE A
LA CREATION D'ENTREPRISE CAS DE L'ANSEJ DANS
LA WILAYA DE BEJAIA

Réalisé par :

HATRI Adnane

Sous la direction de :

Mme : MEKHMOUKH Sakina

Promotion octobre 2020

Remerciements

Au terme de notre travail, nous remercions d'abord « le bon dieu » de nous avoir donné la foi et la volonté pour réaliser ce travail.

*Nous tenons à remercier vivement **Mme MEKHMOUKH Sakina**, pour avoir bien voulu diriger notre mémoire, ses précieux conseils et orientations, son soutien pour la réalisation de ce mémoire.*

Nous remercions tout particulièrement les membres de jury qui ont accepté d'évaluer notre travail.

Nous devons nos reconnaissances à toutes personnes qui ont contribué de près ou de loin à l'élaboration de ce travail, commençant par nos chers parents qui ont été une source d'encouragement et de motivation, ainsi tous nos ami(e)s pour leurs soutiens.

Merci à toutes et à tous

DÉDICACE

Nous dédions ce mémoire de fin de cycle

A nos parents

A nos familles

A nos ami(e)s

ADNANE

Listes des abréviations

CNAC : Caisse Nationale d'Assurance Chômage

ANSEJ : Agence Nationale de soutien de l'Emploi de Jeunes

CAP : Croissance, Autonome, Pérennité

PIC : Pérennité, Indépendance, croissance

CSVF : comité de sélection, de validation et de financement des projets

DOAR : Dossier d'octroi d'avantage d'exploitation

PNR : Prêt non rémunère

ANGEM : Agence National de Gestion et de microcrédit

ANEM : Agence National de l'Emploi

CNRC : Centre National de Registre de Commerce

CASNOS : Caisse National des Assurances Sociale des Non Salariés

PME : Petite et Moyenne Entreprise

FNSEJ : Fonds National de Soutien a l'Emploi des Jeunes

DAIP : Dispositif d'Aide à l'Insertion Professionnelle

SOMMAIRE

Introduction générale	3
Chapitre I : L'entrepreneuriat, définitions et fondements théoriques	5
Introduction	5
1- Définition, concepts théoriques et importance de l'entrepreneuriat	5
2- Les différentes approches dominantes dans la recherche entrepreneuriale	14
Conclusion	17
Chapitre II : Concept théorique de l'entrepreneur	18
Introduction.....	18
1- L'entrepreneur : Définition, Caractéristiques et typologie.....	18
2- Les différentes approches théoriques sur le concept de l'entrepreneur.....	23
3- Les Motivations des entrepreneurs	27
Conclusion.....	31
Chapitre III : Dispositifs d'aide et accompagnement : cadre conceptuel	32
Introduction.....	32
1- définition, fonction et type d'accompagnement.....	32
2- Dispositifs d'aide cas : Agence (ANSEJ)	44
Conclusion.....	62
Conclusion général.....	63
Bibliographie	
Liste de tableaux et figures	
Table de matière	

Introduction générale

De nos jours l'entrepreneuriat devient et demeure un enjeu majeur pour tout les pays du monde. L'ensemble des avantages qu'il génère justifie énormément l'intérêt croissant qu'il suscite. Par ailleurs, l'entrepreneuriat peut présenter de l'intérêt pour les individus qui peuvent trouver dans des situations entrepreneuriales et plus particulièrement dans la création d'entreprise des sources de satisfaction, ceci en plus de sa contribution dans la création d'emploi, dans l'innovation et le renouvellement du tissu économique,.

Une des définitions les plus courantes de l'entrepreneuriat consiste à l'associer, parfois de façon synonymique, à la création d'entreprise. Comme le souligne Verstraet dans sa définition « l'entrepreneuriat est un phénomène conduisant à la création d'une organisation impulsée par un ou plusieurs individus s'étant associés pour l'occasion »¹. La création d'entreprise est devenue aujourd'hui la source de développement et de croissance.

Face aux difficultés des secteurs économiques à créer des emplois stables, les pouvoirs publics ont recours à des solutions alternatives permettant de réduire la pression sur le marché de travail et d'amorcer la perspective d'une reprise durable de la croissance économique.

En effet, le gouvernement a établi, des dispositifs publics d'aides à la création d'entreprise. D'abord il y a eu le dispositif de la Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC), créée en 1994 pour soutenir les chômeurs âgés entre 30 et 50. Ensuite il y a eu la mise en place du dispositif de l'Agence Nationale de soutien de l'Emploi de Jeunes (ANSEJ), créée en 1996, pour les jeunes de 18 à 35. Dans le but d'accompagner des jeunes promoteurs porteurs de projets en leurs proposant un mode de financement qui convient à leurs besoins, ainsi que divers avantages fiscaux et services.

L'objectif de ce mémoire, est de tenté de rassembler des éléments qui nous permettrons de comprendre le phénomène de l'entrepreneuriat, les caractéristiques de l'entrepreneur et les différents dispositifs d'aide mis en place afin de l'aider dans sa démarche de création.

¹ Verstraete, t. & Fayolle, a. (2005). Paradigmes et entrepreneuriat, Revue de l'entrepreneuriat, P 37.

Structure du mémoire :

Afin d'apporter des éléments de réponses a notre recherche, on a reparti notre travail en trois chapitres, divisés en plusieurs section.

L'objet de notre 1^{er} chapitre est de présenter certaines notions des théories relatives a l'entrepreneuriat, l'esprit de l'entrepreneuriat et les différentes approches relative a l'entrepreneuriat.

Le 2^{eme} chapitre portera sur la présentation du concept de l'entrepreneur, ce qui le défini ce qui le motive à entreprendre, le type d'entrepreneur et les différentes approches théorique du concept de l'entrepreneur

Quand au 3^{eme} et dernier chapitre portera sur l'essentiel de notre recherche a savoir le cadre générale autours des dispositifs d'aide et l'accompagnement dans le cadre entrepreneuriale, typologies, caractéristiques, et fonction principale de l'accompagnement a la création d'entreprise dans un 1^{er} temps. Dans un second temps cela portera sur des généralités autours du dispositif d'aide en Algérie ANSEJ, définition, évolution historique, principales missions sous présentation sommaire de ce dispositif.

CHAPITRE I : L'entrepreneuriat, histoire définitions et fondements théoriques

Introduction

L'entrepreneuriat trouve ces débuts dans les sciences économiques puis dans le management de projet. Souvent l'entrepreneuriat fait l'objet d'un engouement médiatique et politique en tant que phénomène nouveau mis à table pouvant conduire à des amalgames. Il est parfois utilisé dans des formes adjectivales surprenantes : création de projets. En effet, l'entrepreneuriat est étudié par des économistes, des sociologues, des historiens et des chercheurs des autres disciplines. L'entrepreneuriat peut correspondre à une ou plusieurs terminologies selon la discipline du chercheur. Cependant il est nécessaire d'identifier la pièce centrale et indispensable de ce phénomène qui est l'entrepreneur, celui-ci par son importance occupe une place majeure dans la discipline entrepreneuriale.

Ce chapitre fait passage sur les fondements théoriques de l'entrepreneuriat, et se subdivise en deux parties. La première présentera le cadre théorique de la notion de l'entrepreneuriat, la deuxième partie fera l'objet de la conceptualisation de la notion de l'entrepreneur.

1. Histoire, éclatement, et définition de l'entrepreneuriat

1.1.L'éclatement de l'entrepreneuriat

L'année 1980 est une parcelle des temps moderne marqué par la première publication d'une encyclopédie qui présente l'état des connaissances liées au domaine de l'entrepreneuriat, et le premier grand colloque annuel, celui de Babson dédié exclusivement à la recherche dans cette discipline émergente. Une période qui s'est caractérisé par une émergence sans précédent de docteurs et chercheurs, ceci dit la plupart d'entre eux, à savoir ceux qui s'intéressait au domaine viennent de disciplines autre que l'entrepreneuriat, cependant l'activité de recherche et d'enseignement entrepreneuriale était une activité connexe a leurs activités principale et n'était vraiment leur principal centre de recherches, et plus en plus de ces chercheurs consacre tant et plus de temps et intérêt à cette discipline face à la progression de la création d'entreprise, chose faite en vue de suivre l'évolution et les besoin des étudiant ainsi que les clients qui baigne dans la sphère entrepreneuriale².

² AKKOUR. M. R, 2019, « la motivation en entrepreneuriat », université de Bejaïa, P12.

CHAPITRE I : L'entrepreneuriat, histoire définitions et fondements théoriques

1.2. Histoire de l'entrepreneuriat

Il a eu à signaler en prime abord que les fondements de l'entrepreneuriat sont issus des sciences économiques, en effet, l'histoire a retenu que dire Richard Cantillon était le premier à mettre la lumière sur le concept et fera ses premières apparitions dans la littérature économique.

C'est en 1935 avec Joseph Schumpeter que l'entrepreneur et l'entrepreneuriat se retrouvent au-devant de la scène. Et celui-ci sera qualifié aujourd'hui Selon L. J. Fillion (1997) comme le père du l'entrepreneuriat

A partir de là, la discipline a été analysé par de différents angles qui se projetait sur différents courant de pensées, tout d'abord :

1.2.1. Les économistes

La croyance populaire a souvent attribué l'origine de l'entrepreneuriat aux sciences économiques. Deux auteurs généralement identifié comme étant les pionniers du domaine, Cantillon et Say, laisse apparaitre a des auteurs qui s'intéressait tant à l'économie qu'aux entreprises, à leur création, leur développement et leur gestion.

On observe, à partir des écrits de Cantillon et Say, que leur intérêt à l'entrepreneuriat ne facilite pas sa classification dans une discipline donnée, quand l'entrepreneuriat prend son envol en 1935 ? J. Schumpeter a clairement associé l'entrepreneuriat à l'innovation³.

« L'essence de l'entrepreneuriat se situe dans la perception et l'exploitation de nouvelles opportunités dans le domaine de l'entreprise...cela a toujours à faire avec l'apport d'un usage différent de ressources qui sont soustraites de leur utilisation naturelle et jettes à de nouvelles combinaisons »⁴

Non seulement Schumpeter associe l'entrepreneur et l'entrepreneuriat a l'innovation, mais l'ensemble de son œuvre imposante démontre leur importance pour expliquer le développement économique.

³ AKKOUR. M. R, Op.cite, P 5.

⁴ FILION L-J, 1997, « le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », Revue internationale PME, vol. 10, no 2, P 4-6.

CHAPITRE I : L'entrepreneuriat, histoire définitions et fondements théoriques

Comprendre le rôle que joue l'entrepreneur en tant que dynamo du système économique était le principal objectif des théories formulées par les économistes. En ce sens, ils voient l'entrepreneur comme un "dénicheur" d'opportunités d'affaires, un créateur d'entreprises qu'un preneur de risques, F. Hayek a montré que le rôle de l'entrepreneur consistait à informer le marché des nouveautés qu'il offre. Knight quant-à-lui a avancé que l'entrepreneur endosse un risque à cause de l'état d'incertitude dans lequel il évolue et qu'il est rémunéré en contrepartie par un profit issu de l'activité exercée.

B.F. Hoselitz a parlé d'un niveau de tolérance plus élevé à travailler dans des conditions d'ambiguïté et d'incertitude chez les entrepreneurs.

Casson fera une tentative intéressante pour mettre au point une théorie où sont associés entrepreneurs et développement économique. Il y insiste sur la dimension de la coordination de ressources et de la prise de décision.

En économie l'entrepreneuriat et l'entrepreneur sont sujet omniprésent, cependant on l'a peu ou point intégré dans les modèles classiques de développement économique. Lorsqu'on l'a fait, l'entrepreneur est représenté par une fonction. Les économistes qui se sont intéressés à l'entrepreneur demeurent la plupart du temps des marginaux. Comme dans d'autres disciplines d'ailleurs, Si on voulait faire une synthèse des principaux courants de pensée en économie concernant l'entrepreneuriat on serait amené à accepter la suggestion de W. Baumol et faire référence à deux catégories d'entrepreneur : le gestionnaire d'entreprise et l'innovateur. Le premier représenté par les classiques et décrit par Say, Knight et Kirzner, et le second représentait l'entrepreneur type de Schumpeter.

1.2.2. Les behavioristes

Le behaviorisme⁵ est identifié comme un paradigme de la psychologie scientifique selon lequel le comportement observable est essentiellement conditionné essentiellement par l'histoire des interactions de l'individu avec son environnement.

⁵ AKKOUR. M. R, Op.cite, P 5.

CHAPITRE I : L'entrepreneuriat, histoire définitions et fondements théoriques

L'appellation "Behavioriste" inclue, les psychologues, sociologues et autres spécialités du comportement humain. Max Weber. Sociologue notoire, un des premiers à s'être intéressé à cette discipline, a identifié le système de valeur comme un élément fondamental pour expliquer le comportement des entrepreneurs, il les voyait comme des innovateurs. Des gens indépendants avec une d'autorité formelle de par leur rôle de dirigeant d'entreprise. Et c'était vers les années cinquante du 19eme siècle, que les sciences du comportement atteignent les firmaments notamment grâce à D. Mc Clelland, celui-ci qui s'est essentiellement penché sur l'histoire afin d'expliquer le pourquoi les grandes civilisations, suite à quoi il a défini l'entrepreneur comme étant :

« Un entrepreneur est quelqu'un qui exerce un contrôle sur une production qui ne sert pas qu'à sa consommation personnelle »⁶

1.3. Définition de l'entrepreneuriat

La recherche théorique entrepreneuriale a souvent porté confusion lors de la définition de l'entrepreneuriat. Par conséquent il serait plus judicieux de voir cela comme une différence due à une divergence d'opinions issue de la provenance très diversifiée des différents auteurs; chacun essayant tant que possible d'avoir un penchant vers son domaine ou sa discipline d'origine. Ils insistent donc sur des éléments tels que les rapports socioculturels et politiques, l'environnement dans lequel il se trouve et vit, en bref une multitude de paramètres en présence lorsque nous parlons de l'entrepreneur face à l'entreprise.

La compréhension que nous avons de l'entrepreneuriat doit beaucoup à l'économiste Joseph Schumpeter ainsi qu'à l'école autrichienne. Selon Schumpeter ⁷ (1950) un entrepreneur est une personne qui veut et qui est capable de transformer une idée ou une invention en une innovation réussie. L'entrepreneuriat conduit à une « destruction créatrice » dans les marchés et les secteurs de l'économie parce que de nouveaux produits et modèles économiques arrivent et remplaçant les anciens. Ainsi, cette « destruction créatrice » est à l'origine du dynamisme industriel et de la croissance à long terme.

⁶ KAWASAKI. G, 2009, « La réalité de l'entrepreneuriat », Edition Diatino, Paris, P18.

⁷ SCHUMPETER, J. (1950) Capitalism, Socialism, and Democracy, 3rd edition, Harper and Row, New York, 1950

CHAPITRE I : L'entrepreneuriat, histoire définitions et fondements théoriques

Pour Frank Knigh⁸ (1967) et Peter Drucker⁹ (1970), l'entrepreneuriat consiste à prendre des risques.

L'entrepreneur est une personne qui est prête à mettre en jeu sa carrière et sa sécurité financière pour mettre en œuvre une idée, à mettre son temps et son capital dans une entreprise risquée.

Une autre définition de l'entrepreneuriat décrit le processus de découverte, d'évaluation et d'exploitation d'occasions. Ainsi un entrepreneur peut être défini comme «quelqu'un qui agit non en fonction des ressources qu'il contrôle actuellement, mais qui poursuit inlassablement une occasion» (Jeffry Timmons).

En 1985, Peter Drucker révisé sa position, l'entrepreneuriat intelligent consiste à ne pas prendre de risques.

Gifford Pinchot¹⁰ (1985) introduit le terme d'Intrapreneuriat pour décrire les activités entrepreneuriales au sein même d'une grande organisation.

Pour Verstraete et Fayolle¹¹ (2005), quatre paradigmes permettent de cerner le domaine de recherche en entrepreneuriat: la création d'une organisation (non réduite à la seule création d'entreprise, les expressions «émergence organisationnelle» ou «impulsion d'une organisation» étant plus appropriées), la détection-construction-exploitation d'une occasion d'affaires, la création de valeur, l'innovation.

Paturel¹² (2007) propose une définition syncrétique de l'entrepreneuriat. Celui-ci est «à partir d'une idée, l'exploitation d'une opportunité dans le cadre d'une organisation impulsée, créée de toutes pièces ou reprise dans un premier temps, puis développée ensuite, par une personne physique, seule ou en équipe, qui subit un changement important dans sa vie, selon un processus qui aboutit à la création d'une valeur nouvelle ou à l'économie de gaspillage de valeur existante».

⁸ Knight, K. (1967) "A descriptive model of the intra-firm innovation process", Journal of Business of the University of Chicago, vol 40, 1967

⁹ Drucker, P. (1970) "Entrepreneurship in Business Enterprise", Journal of Business Policy, vol 1, 197

¹⁰ Pinchot, G. (1985) Intrapreneuring, Harper and Row, New York, 1985

¹¹ Thierry Verstraete, Alain Fayolle (2005), Paradigmes et entrepreneuriat, Revue de l'Entrepreneuriat, 4

¹² Robert Paturel (2007), Grandeurs et servitudes de l'entrepreneuriat, Editorial du n° spécial de la Revue internationale de psychosociologie consacré aux Représentations entrepreneuriales, Direction R. PATUREL, C. SCHMITT et C. BOURION, Volume XIII, n° 31, Hiver 2007, P 27-43.

CHAPITRE I : L'entrepreneuriat, histoire définitions et fondements théoriques

Ces paradigmes peuvent se combiner, plutôt que s'opposer.

Ces deux auteurs proposent la définition suivante:

«Entrepreneuriat: initiative portée par un individu (ou plusieurs individus s'associant pour l'occasion) construisant ou saisissant une opportunité, dont le profit n'est pas forcément d'ordre pécuniaire, par l'impulsion d'une organisation pouvant faire naître une ou plusieurs entités, et créant de la valeur nouvelle pour des parties prenantes auxquelles le projet s'adresse»¹³

La définition la plus courante est l'action de créer de la richesse et de l'emploi par la création ou la reprise d'une entreprise.

1.4. Les types d'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat souvent connu comme étant une activité de création d'une nouvelle entreprise, mais le terme a été étendu pour inclure des formes sociales et politiques de l'activité entrepreneuriale.

1.4.1. L'entrepreneuriat individuel et l'entrepreneuriat collectif

L'entrepreneuriat individuel est une volonté personnelle d'un individu menant à des actions dans le but de se démarquer et d'acquérir le plus d'indépendance et de liberté.

Les individus qui prennent cette voie cherchent à se réaliser sur le plan personnel, mais aussi sur les plans professionnels et financiers. Tandis que l'entrepreneuriat collectif est le regroupement de plusieurs individus qui ont la même volonté. Ils choisissent d'unir leur effort à fin de répondre à ce besoin. Ces individus partagent les bénéfices et risques. Leur volonté est d'entreprendre ensemble et non d'être en concurrence, partager leadership afin de créer des retombes sur le plan sociales et développement local.

¹³ BAGHLI. W, 2014, « Entrepreneuriat et création d'entreprise », université Abou bekr belkaid, Tlemcen, P 10.

CHAPITRE I : L'entrepreneuriat, histoire définitions et fondements théoriques

1.4.2. L'entrepreneuriat féminin et l'entrepreneuriat masculin

L'entrepreneuriat féminin est défini comme étant un ensemble d'activités mises sur pieds et gérées exclusivement par des femmes, on peut donc dire que ce sont les activités des femmes qui se prennent en charge, qui s'organisent afin de créer des activités économiques rentables que ce soit dans le secteur formel ou informel.

Dans cette optique B. Ducheneaut et M. Orhan (2000) avance : « *Il semblerait que ce ne soit pas l'appartenance à un sexe, en elle-même, qui détermine des types de comportements, mais plutôt les valeurs morales, le contexte socioculturel et l'expérience de chacun qui jouent un rôle déterminant* »¹⁴

Le comportement des hommes et des femmes semble donc être directement lié à la perception de la société, qui fonctionne à base de stéréotypes.

« *Les stéréotypes sont des images qui s'intercalent entre la réalité et notre image de la réalité. Au travers des stéréotypes, des représentations sont progressivement perçues comme « naturelles », avec des influences sur la façon dont on s'attend à ce qu'une personne se comporte et une anticipation sur ses compétences et incompétences* »¹⁵.

Dans une analyse genre, il est intéressant d'identifier les stéréotypes qui conditionnent les comportements masculins et féminins, afin de pouvoir déduire ce qui fait les attitudes perçues comme normales ou naturelles, de chacun des sexes.

1.4.3. L'entrepreneuriat public

Les entreprises publiques et les différents établissements des gouvernements au niveau national ou local, orientés vers le service citoyens, constituent l'essentiel de l'entrepreneuriat public, ils contribuent à la création des ressources collectives nécessaires au développement économique.

1.4.4. L'entrepreneuriat social

Selon nos acquisitions théoriques, on peut dire que c'est le désir d'aider, d'améliorer et de transformer la société l'environnement, le système éducatif et les conditions économiques qui animent la volonté de l'entrepreneur sociale.

¹⁴ ADJOUT. S, 2011, « Entrepreneuriat féminin : Etat des lieux et caractéristiques, cas de la wilaya de Bejaia », Université Abderrahmane Mira de Bejaia P 26-29.

¹⁵ A. Cornet & Ch. Constandinidis, « Entreprendre au féminin : Une réalité multiple et des attentes différenciées », Revue Française de Gestion N° 151, Juillet-Aout 2004, P 07.

CHAPITRE I : L'entrepreneuriat, histoire définitions et fondements théoriques

1.4.5. L'entrepreneuriat de type autocréation ou d'emploi

L'entrepreneuriat d'autocréation dite d'emploi est une alternative, un moyen de répondre aux besoins des individus qui éprouvent des difficultés à trouver un emploi.

1.4.6. L'entrepreneuriat : (entrepreneuriat organisationnel)

Globalement on peut dire que l'acte entrepreneurial se traduit par des activités entrepreneuriales au sein d'une même organisation établie, ainsi une entreprise dirige ces cadres vers la création et développement d'un centre d'activité spécifique.

1.5. Les risques liés à l'entrepreneuriat

Le risque¹⁶ peut être défini comme le degré de probabilité attaché à l'échec. On peut exprimer le problème de risque d'une autre façon : si l'entrepreneur avait placé son argent en lieu sûr (à la banque ou en emprunt de l'Etat), il aurait touché un revenu correspondant au loyer « normal » de l'argent. S'il prend des risques en entreprenant, il doit escompter toucher un revenu supérieur à ce taux « normal »

On distingue plusieurs types de risques : le risque financier, le risque stratégique et le risque opérationnel.

1.5.1. Le risque financier

Est celui supporté sur les capitaux engagés dans l'entreprise. Normalement, l'entrepreneur engage ses propres capitaux, et sa responsabilité s'étend, peu ou prou, à ses biens personnels et familiaux. Il peut également faire appel à des capitaux extérieurs (amis, banques institutions de prêt à risques soutenus ou non par l'Etat). Le risque est alors celui de non remboursement des emprunts. On voit ainsi que le risque financier peut s'analyser en trois sous-types : le risque de non rentabilité (le profit ne rémunère pas suffisamment les capitaux investis), le risque de non solvabilité (les résultats ne permettant pas de rembourser les emprunts), le risque de liquidité (la trésorerie ne permettant pas de faire face aux échéances).

Lorsque l'entrepreneur fait appel à des actionnaires, la société par action entraîne une séparation entre la fonction d'entrepreneur et celle de « capitaliste »¹⁷.

¹⁶ AZIRI. D, ALLAF. B, 2018, « la problématique de l'accompagnement des porteurs de projet dans les dispositifs d'aide à la création d'entreprise » P 9, 10.

¹⁷ AZIRI. D, ALLAF. B, Op.cite, P 8.

CHAPITRE I : L'entrepreneuriat, histoire définitions et fondements théoriques

L'entrepreneur doit alors s'efforcer de gérer au mieux l'affaire, a fin d'assurer une rémunération convenable pour les actionnaires. On dit alors qu'il y a séparation de la propriété et de pouvoir dans les sociétés anonymes (ou à responsabilité limitée) : ainsi, l'esprit d'entreprise va se trouver disséminé entre plusieurs catégories de personnes.

1.5.2. Le risque stratégique

Est supporté par l'entrepreneur seul, dans cas d'une entreprise personnelle, plus ou moins pour le compte des actionnaires dans le cas d'une société de capitaux. Ce risque est lié au choix des activités, en fonction des compétences de l'entrepreneur, des ressources dont il dispose (matériel, humains et financières) et du positionnement sur le marché. L'erreur au l'échec de la stratégie se traduit bien souvent par la cessation de l'activité, le dépôt de bilan, voir la faillite. Aussi, est évident que l'entrepreneur doit être un bon stratège, disposer de capacités à établir une vision cohérente et faisable de son affaire, à construire un plan d'action. Le coût de l'échec est d'abord constitué de toutes dépenses qui ne pourront être récupérées et du point de vue économique, de coût d'opportunité (le revenu qui aurait été gagné dans un placement sûr)¹⁸

1.5.3. Les risques opérationnels

Sont constitués de tous les dysfonctionnements possibles dans la gestion des ressources. Ils relevant en principe de dualités de mangeur, de gestionnaire professionnel. Mais bien souvent, l'entrepreneur doit en assumer seul une large partie, et ne peut faire la distinction entre les risques stratégiques et les risques opérationnels, qu'il traite simultanément, au jour le jour. Ainsi, l'attitude l'entrepreneur vis-à-vis de risque ne peut être appréhendée de façon simpliste.

Il n'en reste pas moins que les vertus cardinales de l'esprit d'entreprise reposent sur la prise de risque, l'absence de prudence, de lucidité d'expertise gestionnaire. Combien de PDG de grandes entreprises possèdent toutes ces vertus et pourraient gérer à ce compte une petite entreprise avec peu de ressources¹⁹

¹⁸ AZIRI. D, ALLAF. B, Ibid.

¹⁹ AZIRI. D, ALLAF. B, Op.cite. P 8.

2. Les différentes approches dominantes dans la recherche entrepreneuriale

2.1.Approche centrée sur les individus

L'approche centrée sur les individus²⁰ ou approche descriptive appelée également, approche par les traits. Consiste à repérer les traits de personnalité et les caractéristiques qui définissent la personnalité de l'entrepreneur. L'hypothèse principale derrière cette école de pensée est que les entrepreneurs possèdent des traits de personnalité, des attributs personnels et un système de valeurs qui les prédisposent à une activité entrepreneuriale et les distinguent des autres individus (les non-entrepreneurs).

Les chercheurs des années 80 ont essayé d'avancer certaines caractéristiques psychologiques et des traits de personnalité qui caractérisent les entrepreneurs qui réussissent. L'approche par les traits de personnalité a essayé d'appuyer un profil psychologique typique de l'entrepreneur, en partant du principe que les personnes qui possèdent les mêmes caractéristiques que les entrepreneurs sont plus susceptibles d'avoir ce potentiel à agir de manière entrepreneuriale, Contrairement aux personnes qui ne possèdent pas ces caractéristiques. Les chercheurs ont donc procédé par la recherche de déterminants du comportement (besoins, attitudes, croyances et valeurs spécifiques).

L'entrepreneur et le non entrepreneur doivent pouvoir être différenciés par des tendances entrepreneuriales et des traits psychologiques distincts. Parmi les traits de Personnalité cités dans la littérature« le goût de risque, le besoin d'accomplissement, le besoin de pouvoir, la créativité, l'innovation, le besoin d'indépendance et d'autonomie ».

En dépit du vaste engouement littéraire consacrée aux entrepreneurs et leurs caractéristiques psychologiques, les entrepreneurs pouvait toujours présenter de nouveau traits de personnalité, ce qui n'était pas possible c'est de définir un seul profil type de l'entrepreneur En effet, il n'y a pas d'entrepreneur typique. Les critiques soulevées à l'égard de cette approche ont été très nombreuses. La recherche du profil de l'entrepreneur ne répond pas à la question fondamentale « comment une entreprise voit-elle le jour ? » L'entrepreneur type est un mythe. Par conséquent, toute typologie qui tenterait de catégoriser les entrepreneurs à partir des traits de personnalité paraît illusoire.

²⁰ FAYOLLE. A, 2005, « Introduction à l'entrepreneuriat » », édition Dunod, paris, P 11.

CHAPITRE I : L'entrepreneuriat, histoire définitions et fondements théoriques

Dans son célèbre article « Who is an entrepreneur ? Is the wrong question », Gartner (1988) soulève plusieurs critiques à l'égard de l'approche par les traits. Il propose de se focaliser sur ce que fait l'entrepreneur (approche par les faits) et non ce qu'il est (approche par les traits). En d'autres termes il s'agit de question « qui est l'entrepreneur ? » Par « que fait remplacer là l'entrepreneur ? »

2.2.Approche comportementale

Nous avons tendance à parler d'entrepreneur (self-made man) et nous négligeons la faite que sa réussite ne dépend pas uniquement de ses traits de personnalité, et caractéristiques psychologiques. En effet, «l'entrepreneur se forme graduellement, influencé d'abord affectivement par sa famille, ensuite symboliquement par le milieu du travail et ses modèles entrepreneuriaux, et enfin sociologiquement par son implication graduelle dans un milieu, son enracinement et son intégration dans ce dernier », (Schmitt, 2008). En d'autres termes, la dimension individuelle de l'entrepreneur n'est rien sans un environnement adéquat.

L'approche comportementale²¹ est donc intéressante en ce qu'elle se préoccupe des comportements de l'entrepreneur dans l'exercice de son activité, lesquels s'inscrivent dans un environnement culturel, social, économique et politique (Gartner, 1988).

Vers les années quatre-vingt-dix, la recherche en entrepreneuriat s'est orientée vers l'étude des comportements des entrepreneurs (approche comportementale). La logique sous-tendant cette approche veut que l'on puisse prédire la performance des entrepreneurs en observant le « faire entrepreneur » et non « l'être entrepreneur ». Autrement dit, l'approche comportementale s'est orientée vers la définition de l'entrepreneur par ce qu'il fait, c'est-à-dire par les actions et les comportements qu'il engage tout au long du processus de création d'entreprise plutôt que par ses traits de personnalité (Chandler et Jansen, 1992).

Selon Gartner (1993), la meilleure manière d'étudier le comportement entrepreneurial est de suivre la logique adoptée par Mintzberg pour étudier le comportement managérial, la recherche sur les comportements entrepreneuriaux doit être fondée sur le travail de terrain selon le modèle de l'étude de Mintzberg sur le travail managérial.

²¹ DIAMANE. M, KOUBAA. S, « Les approches dominantes de la recherche en entrepreneuriat », Ecole Doctorale du Groupe ISCAE Casablanca, Maroc, P 2.

CHAPITRE I : L'entrepreneuriat, histoire définitions et fondements théoriques

Les chercheurs doivent observer les entrepreneurs lorsqu'ils sont en train de créer des organisations. Ce travail doit être décrit en détail et les activités systématisées et classifiées. La connaissance des comportements entrepreneuriaux dépend du travail de terrain.

2.3. Approche centrée sur le processus

Depuis le début des années 90, les recherches en entrepreneuriat changent d'orientation pour s'intéresser désormais au processus entrepreneurial. En effet, de nombreux auteurs ont affirmé qu'il est réducteur de limiter l'étude du phénomène en se référant à quelques traits de personnalité (approche descriptive) ou à des comportements (approche comportementale). Il paraît important de s'ouvrir à de nouvelles perspectives de recherche qui prennent en considération l'aspect dynamique et processuel de l'entrepreneuriat. Autrement dit, les recherches en entrepreneuriat ne sont plus centrées sur l'entrepreneur et ses traits de personnalité mais plutôt sur le processus entrepreneurial (Carter, Gartner et Reynolds, 1996).

Cependant il s'oppose aux approches fixistes du monde où l'on forme des relations et l'état des notions et des concepts. Elle correspond à toutes ces publications récentes où il n'est plus question du créateur et de ses caractéristiques, mais de formation d'organisation, de création d'organisation, d'émergence organisationnelle, etc. » (Hernandez, 1995). Contrairement à l'approche descriptive et comportementale, l'approche processuelle privilégie une vision plus large de l'entrepreneuriat²².

²² FAYOLLE. A, 2005, « Introduction à l'entrepreneuriat » », édition Dunod, paris, P 13.

CHAPITRE I : L'entrepreneuriat, histoire définitions et fondements théoriques

Conclusion

Par conclusion à ce chapitre on peut dire que l'entrepreneuriat en première abord été identifié par les économistes comme étant un phénomène utile afin de mieux cerner le développement et le concevoir. Il intervient comme une solution étendue qui peut guérir tous les maux de la société. L'entrepreneuriat présente plusieurs avantages possibles qui permettent d'alimenter les motivations d'un homme ou encore d'une femme pour devenir entrepreneur. L'avantage évident et probablement important est la création de son emploi et la rupture avec le chômage et bien entendu la rupture avec toute autre barrière sociale dégradante.

CHAPITRE II : CONCEPT THEORIQUE DE L'ENTREPRENEUR

Introduction

La complexité du phénomène entrepreneuriale et ses déférentes facettes rend la définition du concept de l'entrepreneur encore le plus difficile. Celle-ci est étroitement associée à celle de création d'entreprise.

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

Par conséquent nous allons présenter sa définition, ses caractéristique, sa typologie et son but économique.

1. L'entrepreneur : Définition, Caractéristiques et typologie

1.1.Définition

Selon le grand dictionnaire, l'entrepreneur est définie comme étant une « personne ou un groupe de personnes qui crée développe et implante une entreprise dont il assume le risque, et qui met en ouvre des moyenne financier, humaine et matérielle pour en assure un succès pour réaliser le profit »²³

Pour SCHUMPUTER « l'entrepreneur est un personne physique qui veut et capable de transforme une idée ou une invention en innovation réussite »²⁴

J.B.Say il a attribué le rôle de combiner les facteurs de production justifiant ainsi leur profit. Mais a cette époque ou la pensé néoclassique était dominante, la figure de l'entrepreneur était presque absente, bien que qu'elle que auteurs aient fait exception en réaffirment toujours comme acteur essentiel de l'activité économique.

²³ [http:// www. Granddictionnaire. Com /](http://www.Granddictionnaire.Com/).

²⁴ FAYOLLE. A, « Introduction à l'entrepreneuriat ». Dunod, Paris, 2005, P 14.

CHAPITRE II : CONCEPT THEORIQUE DE L'ENTREPRENEUR

Une autre définition pour lui « l'entrepreneur avant tout est un preneur du risque qui investit son propre argent et coordonne des ressources qu'il se procure pour produire des biens. Il crée et développe des activités économiques à son propre compte »²⁵

1.2. Les caractéristiques

Il n'existe pas un profil type de l'entrepreneur, ni un âge ou revenus définis pour la création d'une entreprise. Cependant des études récentes ont montré que la plupart des entrepreneurs ont des caractéristiques et des traits de personnalité similaires que nous allons tenter d'examiner²⁶.

1.2.1. Tolérance à l'ambiguïté, la confiance. La et l'optimisme

L'ambiguïté est inhérente au phénomène de l'entrepreneuriat. L'avenir est incertain.

L'optimisme et la confiance en soi permettent d'accepter l'incertitude, cependant des espaces ambigus pourraient subsister.

La tolérance pour les erreurs est également de mise, elle constitue une variable d'expérience sur les quelles on pourra capitaliser par la suite.

1.2.2. La perception et l'estimation du risque

L'entrepreneur doit s'engager personnellement s'il souhaite que d'autres personnes veuillent s'aventurer avec lui. L'entrepreneur a la faculté de percevoir et considérer le degré de l'incertitude liée entre autre au changement interne (pour l'individu) et externe (l'environnement dans lequel s'inscrit le projet de la création de l'entreprise).

1.2.3. Une forte capacité du travail et la résistance au stress

Outre le processus entrepreneurial, l'accumulation d'énergie est nécessaire car elle sera utile par la suite pour attirer les différentes ressources dont le créateur a besoin pour faire décoller son entreprise.

²⁵ FAYOLLE. A, « Introduction à l'entrepreneuriat ». Dunod, Paris, 2005. P 10.

²⁶ AZIRI. D, ALLAF. B, « la problématique de l'accompagnement des porteurs de projet dans les dispositifs d'aide à la création d'entreprise ». Université Bejaia, 2018. P 11, 12.

CHAPITRE II : CONCEPT THEORIQUE DE L'ENTREPRENEUR

1.2.4. La créativité

La créativité constitue la base du processus d'innovation. Elle se révèle et s'apprend.

1.2.5. La capacité de convaincre et de communiquer

La création d'une entreprise requiert une capacité de communication et un exercice permanent à fin de pouvoir mener à terme sa mission de création.

1.2.6. L'ouverture d'esprit et la capacité d'apprentissage

Il n'est pas difficile d'imaginer qu'un créateur d'entreprise puisse apprendre beaucoup durant sa première fois de gestion de son entreprise. Outre sa capacité intrinsèque à l'apprentissage, son ouverture d'esprit, sa capacité d'écoute suivront.

1.3. Typologies d'entrepreneurs de Laufer

Il y a plusieurs types d'entrepreneur²⁷ :

1.3.1. Entrepreneur artisan

Il possède peu d'éducation mais une forte compétence technique. Le travail constitue le centre d'intérêt de cet entrepreneur et il adopte volontairement une attitude paternaliste au sein de son entreprise. Il craint de perdre le contrôle de son entreprise et refuse généralement la croissance pour celle-ci.

1.3.2. Entrepreneur opportuniste

Ses caractéristiques sont un peu différentes de celle de l'artisan, il possède. En effet, un niveau d'instruction, une bonne intégration sociale et environnementale, il est plus âgé et expérimenté, particulièrement en matière de gestion, et cherche toujours à développer l'affaire qu'il a créée.

²⁷ AZIRI. D, ALLAF. B, Op.cit. P 18.

CHAPITRE II : CONCEPT THEORIQUE DE L'ENTREPRENEUR

1.3.3. La typologie selon Laufer

Jacqueline Laufer (1975), dans une étude réalisée entre 1950 et 1970, a analysé soixante cas de création d'entreprises. En croisant la motivation dominante à la création d'entreprise et les buts de l'entrepreneur, elle met en évidence quatre types d'entrepreneur.

A) L'entrepreneur manager ou innovateur

Formé dans une école, il a mené une carrière dans des grandes entreprises. Ce type d'entrepreneur est motivé par le besoin de création et de réalisation. Ses buts s'articulent prioritairement autour de la croissance et de l'innovation.

B) L'entrepreneur propriétaire

L'objectif de croissance est également présent pour l'entrepreneur, mais l'autonomie financière représente également un objectif important, et la recherche d'équilibre entre croissance et autonomie constitue une préoccupation permanente.

C) L'entrepreneur refusant la croissance mais recherchant l'efficacité

Cet entrepreneur choisit clairement un objectif d'indépendance et refuse la croissance qui l'amène à ne pas atteindre ses objectifs. Ses motivations sont beaucoup plus centrées sur la recherche de pouvoir et d'autorité.

1.4. Les PIC et les CAP

Julien et Marchesnay (1988) distinguent deux grands types d'entrepreneurs basés sur la pérennité de l'unité créée.

1.4.1. L'entrepreneur PIC (Pérennité-Indépendance-croissance)

On peut assimiler son comportement dominant à ceux de l'entrepreneur artisan. Le développement de l'entreprise est soumis aux conditions de pérennisation et d'indépendance c'est-à-dire à la capacité de l'entrepreneur et sa famille à créer des richesses qui seront réinvesties.

1.4.2. L'entrepreneur CAP (Croissance-autonome-pérennité)

Visa d'abord la croissance et développement de son affaire. Il cherche aussi l'autonomie sur tous les aspects assimilés à la prise de décision mais ne fait pas de celle-ci un objectif primordiale.

CHAPITRE II : CONCEPT THEORIQUE DE L'ENTREPRENEUR

1.5.L'approche de Schumpeter

D'autres typologies complémentaires a celle que nous allons voir. Pour enfin terminer notre tour d'horizon a la présentation de l'approche de Schumpeter (1935) qui pourrait repérer trois types historiques d'entrepreneurs.

1.5.1. Le fondateur

S'implique très fortement au tout début de la vie de l'entreprise .il lance l'affaire puis assez rapidement délègue.

1.5.2. Le directeur salarié

C'est celui qui possède la plus haute rémunération de l'entreprise, toute fois il n'existe de données spécifiques sur le salaire moyen des cadres dirigeants. La fixation de leurs rémunérations dépend de la grille de convention collective.

1.5.3. Le commerçant

Les fonctions exercées par ce type d'entrepreneur sont multiples et ce dernier transmet sa position essentiellement de façon héréditaire.

1.6.Les buts économiques de l'entrepreneur

Les entrepreneurs qui dirigent des petites entreprises s'orientent souvent vers des objectifs fixés au préalable. Par conséquent le caractère intrinsèque de la notion mène souvent vers des choix stratégiques conditionnés. Selon Julien P.A : *« il existe trois buts qui ressortent de la littérature consacrée à la typologie d'entrepreneur : la recherche d'indépendance de l'autonomie de décision et enfin la recherche de la croissance et du pouvoir »*²⁸.

1.6.1. La pérennité

L'entreprise est créée et développée de sorte qu'elle se pérennise, qu'elle survive à son créateur et qu'il transmettra cette dernière à ses héritiers, ce but apparaît déterminant lorsque l'affaire repose sur des capitaux familiaux.

1.6.2. L'indépendance

Le désir d'être son propre patron, de rien devoir à personne, marque parfois de façon viscérale le comportement des entrepreneurs et la politique de développement de leur projet entrepreneuriale.

²⁸ JULIEN P. A, la mesure de l'entrepreneuriat, Rapport d'étude, Institut de la Statistique du Québec, 2010. P 68.

CHAPITRE II : CONCEPT THEORIQUE DE L'ENTREPRENEUR

2. Les différentes approches théoriques sur le concept de l'entrepreneur

Au fil des recherche scientifique dans la sphère entrepreneuriale a émis plus théories sur les approches a l'entrepreneuriat, nous allons citer les approches les abondante dans la recherche entrepreneuriale²⁹ :

2.1.L'entrepreneur de la pensée classique

Les auteurs de la pensée classiques en font une analyse macroéconomique, Ils cherchent à expliquer le mouvement d'ensemble de l'économie et ils ne s'accrochent ni sur l'entreprise, ni l'entrepreneur. Les bases historiques de l'entrepreneuriat ont retranscrit le concept de l'entrepreneuriat comme une discipline qui est apparue dans la littérature économique travers les écrits de Cantillon (Fayolle, 2005)

2.2.L'entrepreneur de Cantillon

Richard Cantillon est probablement le premier à présenter la fonction de l'entrepreneur et son importance dans le développement économique, comme à mesurer les difficultés d'une gestion qui affronte le risque. L'entrepreneur est vu comme l'élément fondamental, clé de la dynamique économique.

« L'entrepreneur est celui qui exerce son jugement pour faire face à l'incertitude. L'entrepreneur y est défini comme une "personne indépendante ».

Cependant Cantillon a regroupé les entrepreneurs en une classe très hétérogène, bien que l'environnement s'est diversifié, celui-ci a réussi à découper la société de son époque en classes sociales, ou il a pu constater que la variable fédératrice du concept d'entrepreneur est dès lors l'incertitude liée aux clients et le risque sur le prix, même si tous les entrepreneurs se procurent leurs moyens d'action à taux fixe et revendent des biens et services à un prix incertain.

En conséquence, l'entrepreneur peut être défini à tout moment par sa fonction : prévision des risques et affrontement de l'incertain. Le profit serait alors la juste rémunération d'une activité aussi risquée. Cantillon met ainsi l'accent sur la fonction et non sur la personnalité de l'entrepreneur, adoptant ainsi une position comportementale

2.3.L'Entrepreneur : individu égoïste

Il n'y a pas d'entreprise. Il n'y a que des individus égoïstes, il n'y a qu'un marché qui relie des individus qui échangent. L'homme emploie ses capitaux seulement dans le but de recevoir

CHAPITRE II : CONCEPT THEORIQUE DE L'ENTREPRENEUR

un profit. Il emploie toujours son capital dans des activités dont le produit lui permettra de gagner le plus d'argent. Effet c'est ce que Adam Smith a transmis à travers son ouvrage « la recherche sur la nature et les causes de la richesse des nations » (1776), L'égoïsme de cet entrepreneur se justifie par le fait que ce dernier ne cherche pas à servir l'intérêt public, mais il ne pense que se donner personnellement une plus grande sûreté, et en dirigeant cette industrie de manière que son produit ait le plus de valeur possible.

2.4.L'entrepreneur de Jean-Baptiste Say

J-B. Say (1803) avec Cantillon et Schumpeter, l'un des trois pères fondateurs de la théorie économique de l'entrepreneur. Il définit l'entrepreneur comme l'intermédiaire entre le savant qui produit la connaissance et l'ouvrier qui l'applique à l'industrie, son objectif est d'accroître la production et de maximiser son profit. L'entrepreneur c'est l'agriculteur, le manufacturier ou le commerçant qui *"entreprend de créer pour son compte, à son profit et ses risques, un produit quelconque"*.

Say dessine les fonctions de l'entrepreneur comme un véritable organigramme. Il fait de l'entrepreneur une pièce maîtresse de l'échange économique, il envisage une théorie de la production et de la distribution reposant sur le rôle de coordination de l'entrepreneur

L'entrepreneur est en effet le personnage central puisque c'est lui qui combine les facteurs de production. Cette définition large inclut tous les chefs d'entreprises, propriétaires ou non, et plus largement les responsables d'organisations.

Cette mission primordiale de l'entrepreneur dans l'économie est composée de différentes tâches, l'entrepreneur, administrateur de la production, est chargé de prévoir non seulement la production mais également son financement et sa rentabilité, d'organiser, de commander, de coordonner et de contrôler. De nombreux talents managériaux sont nécessaires pour être un entrepreneur qui réussit. De plus, Say y associe des qualités de caractère qu'il juge indispensables : goût du risque, fermeté de caractère et de jugement.

En résumé, Say élargit la définition de l'entrepreneur en y associant le concept de combinaison des facteurs de production. Il développe une conception plus industrielle, liée au processus de production et au risque qui en est issu.

CHAPITRE II : CONCEPT THEORIQUE DE L'ENTREPRENEUR

2.5.L'entrepreneur de la pensée contemporaine

Bon nombre d'études ont été menées au cours des 15 dernières années de manière à affiner le concept d'entrepreneur. Les auteurs contemporains ont beaucoup de difficultés pour définir avec précision l'entrepreneur en tant qu'agent économique. Ils étudient le comportement et les caractéristiques de l'entrepreneur pour étudier son apport particulier dans le fonctionnement de l'économie, au cours de ces années, ces recherches évoluent dans trois directions :

2.5.1. L'entrepreneur chez Drucker

Selon Drucker (1980), l'entrepreneur est celui qui innove. Selon lui, les principes de management pratiqué jusqu'en 1970 par les entreprises tels que : l'organisation scientifique du travail surtout manuel, la décentralisation, la planification à long terme...etc., sont devenus insuffisants parce que beaucoup d'organisations ont constaté que la spécialisation avait des limites et parce que des besoins nouveaux sont apparus tel que : les besoins d'innovation, changement social, nécessité d'organiser efficacement le travail ...

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

2.5.2. L'entrepreneur leader (leadership)

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

A partir des années 1980 et suivant les travaux de K. LEWIN²⁸, W. BENNIS a réalisé de nombreuses investigations sur le leadership dans les organisations et il a pu tirer ces principaux résultats :

CHAPITRE II : CONCEPT THEORIQUE DE L'ENTREPRENEUR

- 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 se gérer par soi-même, en connaissant ses qualités et défauts
- Sa personnalité est orientée vers une capacité à relever des défis, à gérer des contradictions et aussi prendre des risques

2.5.3. L'entrepreneur et la théorie du comportement

La réussite de l'entrepreneur n'est pas uniquement rattachée à ses qualités personnelles. Mais elle implique la famille qui lui a donné naissance et la société dans laquelle il puise sa culture. L'initiative individuelle n'est rien sans un contexte social, culturel, économique et politique propice.

Weber est le premier auteur auquel nous pouvons rattacher l'approche comportementale dans le champ de l'entrepreneuriat. Cependant, selon plusieurs auteurs, celle-ci a été confirmée par la psychologie présente dans les travaux de McClelland dans le début de la décennie 1960.

McClelland est l'un des premiers à s'intéresser aux liens qui existent entre l'action des individus (les entrepreneurs) et leur environnement (les valeurs, les croyances et les motivations). Le fondement de son analyse est que le développement économique s'explique par l'esprit d'entreprise, qui lui trouve ses sources dans le besoin d'accomplissement. Les variables environnementales caractérisant les individus sont donc devenues des réels objets d'analyse. (Les principales théories comportementales seront citées dans la section qui suit).

²⁹AKKOUR. M. R, 2019, « La motivation entrepreneuriale, comparaison entre genre F&M », université de Bejaia, P21-27

CHAPITRE II : CONCEPT THEORIQUE DE L'ENTREPRENEUR

1. motivations de l'entrepreneur

Par définitions à l'entrepreneur on peut supposer que La motivation³⁰ à créer une entreprise est non seulement influencée par des facteurs personnels mais également par l'environnement social, culturel et économique. Il apparaît intéressant d'identifier ces facteurs qui peuvent favoriser l'apparition et le développement de comportements entrepreneuriaux.

1.1. Les motivations d'ordre psychologique

Plusieurs études récentes sur les entrepreneurs naissants (Menzies et al. 2002) viennent confirmer l'importance de la dynamique psychosociologique dans la création de nouvelles entreprises. Les auteurs s'entendent généralement pour reconnaître que les entrepreneurs font preuve de beaucoup de motivation et de persévérance dans leurs efforts.

1.1.1. Besoin d'indépendance

Nombre d'études de cas d'entrepreneuriat révèlent que le désir d'être indépendant et autonome est l'explication fréquemment donnée comme motif de création d'une nouvelle entreprise. Le besoin d'indépendance et d'autonomie est considéré comme une caractéristique des entrepreneurs. Il a été reconnu comme une des motivations à entreprendre (Gasse, Tremblay, 2007, p. 9). Selon Shapero (1975), les premiers mobiles de l'entrepreneur sont le besoin d'indépendance, le désir d'être son propre patron et l'aspiration à l'autonomie. Certains traits de la personnalité des entrepreneurs peuvent faire en sorte que « leur indépendance est la chose la plus désirable au monde » (Sweeney, 1982).

1.1.2. Besoin d'accomplissement

De nombreux auteurs font du besoin d'accomplissement ou de réalisation une motivation entrepreneuriale dominante (Fayolle, 2003, p. 62). Ce besoin d'accomplissement peut se voir associé à une volonté de créer quelque chose de nouveau ou d'appliquer des connaissances acquises antérieurement.

30. NASROUN. N, BELATTAF. M, « entrepreneuriat et création d'entreprises. Facteurs déterminant l'esprit d'entreprise ». Université Bejaia, 2013, pages 85-87.

CHAPITRE II : CONCEPT THEORIQUE DE L'ENTREPRENEUR

De même, la volonté d'être fier de sa profession et satisfait de son travail (Bragard et Al. 1987) peut se ranger dans cette volonté d'accomplissement. Cela suppose qu'une personne préfère devenir entrepreneur et créer sa propre affaire plutôt que de conserver un emploi frustrant ou de subir des pressions dans son entourage professionnel.

Enfin, cette motivation peut encore s'interpréter comme un besoin de prouver sa valeur personnelle (Albert & Mougnot, 1988) ou comme la volonté de faire mieux que les autres

1.2. Les motivations d'ordre sociologique

Les motivations sociologiques et culturelles sont des éléments directement liés aux différents milieux connus et fréquentés par les individus, et qui peuvent jouer un rôle primordial dans l'émergence de comportements entrepreneuriaux.

1.2.1. Le milieu familial

La famille est une institution qui contribue à façonner les attitudes et comportements de ses membres. Plusieurs recherches indiquent que les entrepreneurs proviennent le plus souvent de familles où les parents ou d'autres proches sont eux-mêmes dans les affaires. Les jeunes grandissant dans ce genre de famille ou d'entourage considèrent leurs parents ou leurs proches comme des modèles à imiter (Gasse, 2003, p. 51). Très souvent, dans un pays où il y a beaucoup d'entreprises familiales ce phénomène est une source de création parce que le fils crée une entreprise comme le père (Sweeney, 1982). L'environnement le plus favorable pour un candidat créateur semble être un milieu familial qui associe une image positive à l'entreprise privée (Bragard et Al. 1987). L'incidence du rang de naissance a fait l'objet de plusieurs études (Hisrich et Peters, 1991, p. 57), notamment dans celle de Hennig et Jardim (1977), qui ont découvert par exemple, que les femmes cadres dirigeantes ont tendance à être des aînées. Ainsi, un aîné ou un enfant unique est entouré d'une attention particulière et acquiert plus de confiance en lui. Hisrich et Brush (1983) ont, par exemple, trouvé 50 % d'aînées au sein d'un échantillon national de 468 femmes entrepreneurs.

CHAPITRE II : CONCEPT THEORIQUE DE L'ENTREPRENEUR

1.2.2. L'éducation et l'expérience antérieure

De nombreux auteurs ont insisté sur l'importance de l'enseignement dans le développement de la propension à entreprendre. Pour Fayolle, « l'enseignement, à travers les stages et la valorisation de l'image dynamique et responsable des entrepreneurs, peut susciter des vocations et sensibiliser un large public » (Fayolle, 2003, p. 65). En outre, l'enseignement permet de doter l'entrepreneur de compétences et de connaissances qu'il estime très utiles, même décisives pour la concrétisation de son projet. Ce point est d'autant plus sensible que, comme le mentionne Wtterwulghé, « de nombreuses caractéristiques entrepreneuriales ne sont pas nécessairement innées mais peuvent être acquises » (Wtterwulghé, 1998, p. 53). De plus, l'expérience antérieure peut jouer un rôle déterminant dans la création, la croissance et la réussite de l'entreprise. L'expertise peut résulter d'une expérience fonctionnelle antérieure, d'une expérience en tant qu'indépendant, d'une connaissance d'une technique, d'une connaissance du secteur dans lequel opère ou va opérer l'organisation qu'il va créer.

1.2.3. Le territoire

Le territoire dans lequel l'entrepreneur passe sa vie personnelle ou professionnelle joue un rôle non négligeable. Un territoire peut, en effet, constituer un pôle d'attraction entrepreneuriale (Fayolle, 2003, p. 66). Il est considéré comme un déterminant grâce à la disponibilité d'atouts naturels tels que la taille, la qualité et la diversité du territoire, la richesse des sols et des sous sols, la disponibilité en eau, la douceur du climat. Nous pensons aussi aux diverses infrastructures de base (réseaux routiers, aéroport, télécommunication, réseaux d'énergie, tissu économique, ...), ainsi qu'aux ressources humaines, financières et technologiques. Le territoire fournit aux entreprises des avantages, leur permettant de réaliser des externalités positives importantes, car à travers ses dotations matérielles et immatérielles de facteurs, le territoire peut être le cadre adéquat pour la localisation des entreprises. La disponibilité de ces dotations matérielles et immatérielles en quantités suffisantes est un puissant facteur d'attraction des entreprises auxquelles elle confère de réels avantages. À l'inverse, leur rareté relative ou leur absence joue comme un sérieux frein à l'émergence de ces entreprises et à leur développement. Selon Marshall (1920), les éléments qui expliquent l'apparition des externalités sont :

CHAPITRE II : CONCEPT THEORIQUE DE L'ENTREPRENEUR

- l'existence d'un savoir-faire local, qui réduit le coût du travail spécialisé ; - une offre locale de matières premières, machines et services spécialisés, relativement moins chers et surtout rapidement disponibles (offre qui, dans certains cas, permet d'exploiter collectivement d'éventuelles économies d'échelle) ; l'accès à un flux de connaissances techniques qu'une industrie localisée tend à produire. Nous pouvons classer ces économies en deux catégories :
- Les économies d'agglomération et de localisation apparaissent à la suite d'une concentration d'entreprises dans une zone spécifique, opérant dans le même secteur.
- Les économies d'urbanisation correspondent à des externalités de concentration liées au clustering, c'est-à-dire au phénomène de regroupement d'activités économiques différentes et proviennent des avantages liés au développement de l'urbanisation et à la proximité d'entreprises diversifiées offrant des services complémentaires, des ressources intermédiaires et des transferts d'information entre secteurs.

1.3. Les motivations d'ordre économique

Les facteurs économiques sont les ressources informationnelles, humaines, cognitives, technologiques, financières et matérielles. Ils occupent une position clé dans la démarche entrepreneuriale. Ce sont les ressources auxquelles doit accéder l'entrepreneur afin de créer son entreprise.

1.3.1. Les ressources humaines

La présence d'une main-d'œuvre qualifiée dans la zone d'implantation favorise l'entrepreneuriat. Une région où la main-d'œuvre est bon marché, voit forcément son taux de création d'entreprise s'accroître. Audretsch et Fritsch (1994) constatent que les nouvelles entreprises ont une plus grande propension à se localiser dans les régions où les travailleurs ont un niveau de qualification élevé plutôt que dans les zones où il y a une concentration de main-d'œuvre moins qualifiée (Capron et Lerminiaux, 2009, p. 60).

1.3.2. Les ressources financières

La disposition d'un capital financier de départ encourage l'entrepreneuriat. Ainsi, un entrepreneur ne disposant pas des moyens financiers nécessaires rencontrera plusieurs difficultés.

CHAPITRE II : CONCEPT THEORIQUE DE L'ENTREPRENEUR

1.3.3. Accessibilité au marché

L'existence de marchés ouverts influence positivement la création d'entreprise. Cependant, il existe d'autres marchés qui rendent l'implantation d'une nouvelle entreprise quasiment impossible, tels les marchés ouverts mais encombrés et les marchés fermés ou très réglementés. Les réseaux personnels et professionnels constituent des éléments facilitateurs et des catalyseurs qui permettent de gagner du temps et de l'efficacité face à la complexité des situations et à la multiplication des démarches et procédures. Ceci justifie parfaitement le vieux dicton : « ce que vous connaissez est bien moins utile que les personnes que vous connaissez » (Fayolle, 2003, p. 67).

Conclusion

Par conclusion à ce chapitre on peut dire que les individus amenés à prendre des décisions afin d'agir en entrepreneur doivent mettre en œuvre des comportements afin de voir naître l'entreprise. Ils s'engagent dans le management de l'entreprise nouvelle. L'entrepreneur, maintenant propriétaire-manager, doit être capable d'accompagner l'entreprise dans ces différents stades de développement. Il est alors nécessaire d'adopter de nouveaux comportements managériaux, en plus de ceux indispensables dans la phase de création, afin que l'entreprise parvienne à des résultats jugés performants. Cette modification des centres d'intérêt de l'entrepreneur est décrite comme « probablement la plus difficile à faire et peut être la plus importante pour le développement organisationnel » (Hofer et Charon, 1984).

Introduction

A travers les années de recherches entrepreneuriales, l'entrepreneur s'impose comme acteur principal de cette sphère théorique. En effet l'entrepreneur possède des capacités, des compétences qui lui permettent de s'aventurer dans l'action entrepreneuriale, celle-ci qui se traduisent après par la mise en œuvre d'une idée ou d'un projet ou comme dans d'autres définitions, la saisie d'une opportunité qui se présente au niveau du marché.

Dans ce cadre l'accompagnement entrepreneurial s'inscrit comme une perspective à l'aide et au conseil de cet acteur économique.

Malgré la volonté des pouvoirs publics a encourager les investissements directs considérés comme moteur de la croissance économique , l'Etat a mis en place plusieurs dispositifs d'encouragement de la création d'Entreprises avec des dispositifs de mise en place d'investissements initiaux nécessaires au démarrage des nouvelles Entreprises privées.

1. définition, fonction et type d'accompagnement

1.1.Définition

En dépit des multiples approches théorique qui entour la sphère de la recherche entrepreneuriale, on ne peu donner une définition exact de ce qu'est l'accompagnement en entrepreneuriat, c'est dans ce cadre que au cours de nos travaux on a pu en tirer quelque unes dans l'optique d'éclairer la notions de l'accompagnent.

Selon le dictionnaire de la formation, l'accompagnement c'est le « *fait de suivre une personne, de cheminer avec elle durant une certaine période afin d'échanger à propos de son action, d'y réfléchir ensemble, d'imaginer les ajustements nécessaires [...]. L'idée d'accompagnement suscite l'idée de supervision* ».

Citons aussi la contribution de Cuzin & Fayolle (2004) : « *L'accompagnement se présente comme une pratique d'aide à la création d'entreprise, fondée sur une relation qui s'établit dans la durée et n'est pas ponctuelle, entre un entrepreneur et un individu externe au projet de création. A travers cette relation, l'entrepreneur va réaliser des apprentissages multiples et pouvoir accéder à des ressources ou développer des compétences utiles à la concrétisation de son projet* »³¹.

³¹ CUZIN, R. FAYOLLE, A, 2004. « Les dimensions structurantes de l'accompagnement », La revue des sciences de gestion, Direction et Gestion, n° 210. P 77-88

Dans ce cadre aussi Barès (2004) soulève la théorie dite de « réseau de soutien », qui selon lui peut se transposer sur les dispositifs de l'accompagnement entrepreneuriale définissant alors l'accompagnement comme étant une action « *capable de développer une compétence spécifique en amont des projets, c'est-à-dire une capacité d'intervention sur tous les aspects d'un projet, sans en isoler le juridique, le commercial, le financier et le social (...) et de suivre l'entreprise nouvellement créée* »³².

Cette théorie permettra au créateur de développer une compétence spécifique en amont des projets. Cette compétence renvoie à la maîtrise de tous les aspects du projet (juridique, commercial, financier, social, ...).

1.2. La fonction de l'accompagnement

L'accompagnement³³ entrepreneurial intervient tout au long du processus de création d'entreprise. A travers ses fonctions, il vise à apporter l'aide au créateur afin qu'il puisse concrétiser son projet, devenir autonome. Ainsi en tant que processus, la pratique de l'accompagnement peut se décomposer en trois étapes:

1.2.1. l'accueil, L'accompagnement proprement dit, et le suivi post création: -

L'accueil: Il est très important dans la mesure où il permet de créer la relation accompagnant-accompagné, il y aura un premier contact. Il comprend l'information, la sensibilisation et l'orientation des porteurs de projet dans le cas échéant. Il y aura un flux d'information qui s'échange entre eux. Le porteur de projet va tenter d'expliciter son idée et l'accompagnant va l'aider à la clarifier. L'accompagnant à ce stade va réaliser un pré-diagnostic du projet.

1.2.2. L'accompagnement proprement dit comprend l'aide au montage du projet, en se penchant sur tous les aspects du projet (juridique, commercial, technique, financière, etc.) en vue d'élaborer le business plan et d'organiser un accompagnement financier. Le business plan sera établi en collaboration entre l'accompagnant et l'accompagné.

Ce dernier possède l'information relative au projet et l'accompagnant dispose de la technicité et la compétence requise quand à la structuration des données.

³² BARES, F. 2004. « La mutation de l'accompagnement à la création d'entreprises : regards croisés d'une déclinaison locale de la politique nationale », AIREPME, Congrès de Montpellier. Disponible sur site <https://airepme.org>. P 1-25

³³ LEVY-TADJINE, T. 2004 « l'entrepreneuriat immigré et son accompagnement en France », Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Université du SUD-Toulon-Var, P 256-2

En outre, des formations peuvent être envisagées pour combler les besoins en formation détectés chez le créateur. Quant à l'accompagnement financier, il peut s'étendre jusqu'à aider le porteur de projet dans ses démarches de négociations avec les bailleurs fonds.

1.2.3. Suivi post-création

A cette étape le chef d'entreprise aura besoin d'autres formes d'appui en vue de piloter sa jeune entreprise.

Par ailleurs, **les fonctions de l'accompagnement sont**: La fonction technique qui exige à l'accompagnant d'avoir une expertise technique. Elle est orientée vers formalisation du projet, construction d'un plan de financement, études du marché et de faisabilité permettant de réorienter le produit ou la clientèle, formations aidant la personne à acquérir les compétences économiques et managériales qui lui font défaut (Sammur, 2004).

Quant à **la fonction sociale** : elle est décrite par le rôle social et même psychosocial qu'exerce l'accompagnant envers l'accompagné notamment dans le contexte difficile de création d'entreprise (Lévesque et Mendell, 2000). Pour certains auteurs, la fonction est faiblement présente dans la littérature. A juste titre, Sammur, dans ses travaux sur « *l'accompagnement de la petite entreprise* », se focalise uniquement sur les dimensions techniques et économiques. En parallèle, de nombreux travaux en témoignent d'une approche sociale, « *L'accompagnement des entrepreneurs durant les périodes de doute* ». P. Valéau (2005) aborde l'accompagnement comme une aide psychologique pour l'entrepreneur. Enfin, l'avis des praticiens à l'image d'Eric Force, chargé d'accompagnement, affirme que l'accompagnement imbrique une mission sociale et un encadrement technique.

1.3. Les types d'accompagnement

Les pratiques d'accompagnement³⁴ recouvrent des réalités très variées, et ont fait l'objet d'un certain nombre de travaux, en sciences de l'éducation ou dans le champ de l'entrepreneuriat. Dans ce cadre, Sihem Ben Mahmoud-Jouini et al, en analysant les différentes acceptions ont présentés une typologie de l'accompagnement.

Tableau 1: Récapitulatif des types d'accompagnement

Paul (2004)	Escorter (registre de l'aide et du soin)	Guider (conseil et orientation)	Conduire (Formation et initiation)
Verzat et Gaujard (2009)	L'accompagnement fonctionnaliste	L'accompagnement réflexif	L'accompagnement Herméneutique
Cuzin et Fayolle (2004)	L'accompagnement technique	L'accompagnement psychologique	L'accompagnement global ou méthodologique

Source: Sihem Ben Mahmoud-Jouini et al (2010)

1.4.Les caractéristiques de l'accompagnement

Luc Duquenne dans son article «l'illusion de l'accompagnement», précise que l'accompagnement est un métier peu formalisé. C'est l'expérience de terrain qui permet l'acquisition de ce métier. En termes de compétence, aucun référentiel sur le métier de l'accompagnement n'est partagé. En outre, il n'existe aucune filière suffisamment reconnue pour permettre de situer officiellement le niveau de qualification des praticiens. Enfin, il y a absence de réflexion et de concertation entre l'ensemble des acteurs³⁵.

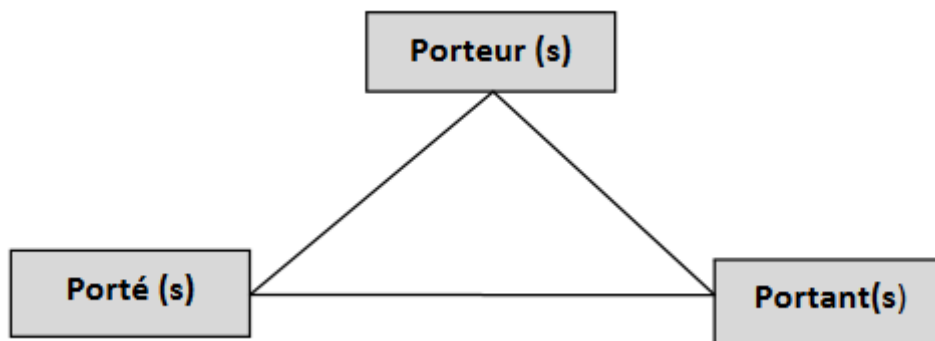
1.5.La relation de l'accompagnement

S'agissant de la réussite de l'accompagnement, ce dernier, se caractérise par l'existence d'une relation entre le Porteur de projet-portant-porté. Cette relation est un facteur de performance de l'accompagnement. Elle est vue comme l'élément clé garantissant le succès de l'accompagnement, mais surtout comme un vecteur de transmission de compétences de l'accompagnateur vers l'entrepreneur. Ladite relation, appelée également par triptyque est illustrée dans la figure suivante :

³⁴ BEN MAHMOUD-JOUINI, S. et al. 2010« La recherche-accompagnement : entre accompagnement et recherche-intervention », in Revue de l'Entrepreneuriat, 2010/2, Vol. 9, P. 56-75.

³⁵ DUQUENNE, L. 2014. « L'illusion de l'accompagnement », Entreprendre & Innover, 2014/2, n° 21-22), P. 77-89

Figure 1 : Le triptyque Porteur-Portant-Porté



Source: Levy-Tadjine (2004, p.261)

La relation existe du fait que le porteur de projet soumet son projet à divers experts ou partenaires (portants) en vue d'un regard externe sur le projet. Ces derniers selon leurs appréciations valideront ou infléchiront le projet. Les portés désignent le projet lui-même et les parties prenantes. L'importance de la relation est évoquée par de nombreux auteurs. P. Valéau(2005) souligne que la relation est le garant du succès de l'accompagnement. Il cite les travaux de Reddy et Byrnes (1972) ainsi que Hill (1975) sur l'influence positive de la compatibilité d'un groupe sur l'exécution rapide des tâches. Homans (1974) envisage l'interaction entre des personnes comme un échange de biens matériels ou immatériels. Encore pour parler de « véritables relations », la relation doit être mutuellement perçue comme existante par les deux parties, elle doit aller au-delà de contacts occasionnels et être reconnue comme ayant un statut spécial (Barnes et Howlett, 1998). S'agissant de réciprocité de la relation et de l'implication qui garantissent le transfert de connaissances André Carrière (1990) montre qu'une intervention est efficace à partir du moment où les acteurs acceptent de s'apprécier comme un système et considèrent leur interdépendance dans les relations de travail. Audet (2004) dans une enquête réalisée à identifier les facteurs de succès d'une intervention auprès des entrepreneurs : l'ouverture du dirigeant, son engagement dans la relation, qui suppose qu'il ait confiance en l'accompagnateur, et l'existence et le respect d'un contrat moral sont des facteurs qui influencent l'efficacité de l'intervention.

1.6.Le rôle de l'accompagnement entrepreneurial

Les notions d'accompagnement entrepreneurial recouvrent un ensemble de relations et/ou de médiations visant à apporter les ressources financières, matérielles et immatérielles.

Nécessaires au créateur ou au repreneur d'entreprise³⁶.

L'accompagnement entrepreneurial permet de³⁷:

Pour Allen et Rahman (1985), l'accompagnement contribue à créer un contexte favorable à l'entrepreneuriat en fournissant un environnement sécurisant aux porteurs de projet, en leur offrant un certain nombre de services (locaux, conseils...) et en leur permettant d'être au contact d'autres entrepreneurs

- il doit avant tout permettre au créateur d'identifier et d'acquérir des ressources (Albert, 1986; Chrisman, 1999)
- Pour Sammut (2003), l'accompagnement permet de transmettre des connaissances à l'accompagné. D'autres encore voient l'accompagnement comme un moyen de légitimer les entrepreneurs (Chabaud et al. 2005; Cullière, 2005; Messegem et Sammut, 2007).
- Les entreprises rejoignent les structures d'accompagnement pour améliorer leur réputation (Standard, 2006)
- le soutien au développement d'opportunités.

1.6.1. Le porteur de projet

De nombreuses études montrent que «les compétences initiales du créateur d'entreprise relèvent de son histoire de vie, celle-ci est constituée d'un ensemble d'interactions avec plusieurs milieux, familial, scolaire et/ou universitaire, professionnel et social»³⁸. Mais, le créateur exprime autant de besoins, qu'il ne peut pas satisfaire à lui seul.

C'est pourquoi, il aura besoin d'être accompagné dans tous le processus. Pour Paul (2004), il faut que le demandeur ait un projet, ainsi qu'un besoin d'aide pour qu'il ait un accompagnement

Le besoin d'un porteur de projet va dépendre de son tempérament, de sa personnalité, de ses ressources, de sa motivation, de son expérience, ...mais également de son projet.

³⁶ PLUCHART, J.J., 2012. « L'accompagnement entrepreneurial. Quels biais psychologiques ? », Revue internationale de psychosociologie et de gestion des comportements organisationnels, 2012/45, Vol. 15, disponible sur site <https://www.cairn.info>. P. 217-238.

³⁷ BAKKALI, C. et al. 2010. « Les structures d'accompagnement à la création d'entreprise à l'heure de la gestion des compétences », Management & Avenir, 2010/9, n°39, disponible sur site <https://www.cairn.info>. 149-162.

³⁸ GERRARD, A. D.KOUJOU et E.VERNIER, 2006. La petite entreprise elle a tout d'une grande: De l'accompagnement aux choix stratégiques, Editions l'Harmattan, Paris, P31

Le besoin du porteur de projet en accompagnement, c'est d'avoir toutes les clés en main pour devenir autonome, être capable de prendre des décisions, dans sa future position de chef d'entreprise. En sommes, l'aider à passer de l'état de créateur à celui d'un jeune dirigeant d'entreprise.

Les raisons de s'adresser à une structure d'accompagnement sont très variable set multiples : information, formation, aide au montage du projet, structure, mise en réseau, etc. D'après les résultats de l'étude réalisée par l'Agence de PME (2003)³⁹, les raisons de recours à une structure d'accompagnement repose sur le fait de répondre à des contraintes institutionnelles. La seconde est d'accéder à des aides et des subventions. A l'opposé, les créateurs questionnés avancent des raisons de leur non recours qui sont en nombre de quatre:

- L'ignorance de l'existence de ce type d'organisme et de structure
- La méconnaissance de la nature de l'appui susceptible d'être apporté par ce type d'organisme ou structure
- Le sentiment de ne pas avoir la possibilité de bénéficier de cet appui
- Le souhait de ne pas avoir recours à ce type d'organisme ou de structure

1.6.2. L'accompagnateur

Dans le domaine de la création d'entreprise, le rôle de l'accompagnateur tel qu'il est clarifié par Granger⁴⁰, il n'est pas le gestionnaire de l'entreprise, ni a fortiori le Co-créateur; il n'est pas non plus celui qui remplace, au pied levé, l'expert-comptable ou le conseiller juridique; il n'est pas davantage un expert technique. A l'opposé, l'accompagnateur doit:

- Entraîner le créateur à exercer son nouveau métier de chef d'entreprise
- Aider le créateur à rompre sa solitude
- Aider le créateur à la résolution de problèmes

D'autres parts, il n'y a pas de relation hiérarchique, mais son rôle et comme celui d'un entraîneur sportif. A ce stade, on retrouve la notion de l'écoute mutuelle entre les entrepreneurs et les partenaires (Fayolle, 2007) et l'idée d'accompagnement par les pairs.

³⁹ KIZABA, G. 2008. Op.cit. P. 89.

⁴⁰ CUZIN, R. et A. FAYOLLE, 2006. Op.cit. P.89.

CHAPTRE III : LES STRUCTURES ET OUTILS D'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL, CAS ANSEJ

L'accompagnateur est là pour guider le créateur, le soutenir et le faire cheminer dans cette démarche, en Co-construisant avec lui, en apportant des solutions différentes, mais sans «faire à sa place ». Au final, il a vocation à doter les porteurs de projet, d'armes pour qu'il puisse, plus tard, gérer son entreprise et prendre des décisions de façon autonome.

En création d'entreprise, l'accompagnement a pour but «d'aider l'accompagné à rompre l'isolement en situation d'incertitude tout en lui offrant les atouts pour améliorer les chances de succès de son projet» (Deschamps, Fatien, et Geindre, 2010)⁴¹

L'accompagnateur peut prendre deux postures: facilitateur et réparateur ((Philippe Caillé, 1991). Christophe Schmittet Julien Husson, co-auteurs avec le célèbre entrepreneur Claude Ananou du livre «Réussir sa création d'entreprise sans business plan» ont tenté d'illustrer ces deux postures que peuvent prendre les accompagnateurs.

La posture de réparateur apporte des solutions toutes faites au créateur. Pour les auteurs, cette posture est à l'image d'une démarche causale qui cadre le créateur et le fait suivre des étapes successives, symbolisées par le business plan.

Face à la multitude des besoins du créateurs, et leurs évolution au fur et à mesure de l'avancé de son projet. L'auteur aborde, le rôle du conseiller en accompagnement, qui n'est pas uniquement de répondre aux besoins des créateurs, mais également de s'adapter à eux.

La réponse aux différents besoins du créateur ne peut se faire qu'avec un accompagnement plus personnalisé, avec une dimension humaine et relationnelle dont le rôle de l'accompagnateur est très important, peut s'étaler jusqu'à l'identification des «besoins cachés». En outre, l'accompagnateur est appelé à accompagner le créateur au moment du doute en vue de lui insuffler un nouveau souffle pour y aller de l'avant. P. Valéau (2005) insiste sur le fait Que les doutes de l'entrepreneur exacerbent la complexité et l'ambiguïté de sa relation avec l'accompagnateur, la relation entre le créateur et l'accompagnateur. Comme aussi le doute remet en cause les compétences de l'accompagnateur.

⁴¹ BOUVIER, L. 2014. «L'accompagnement des porteurs de projet de création d'entreprise : en quoi l'accompagnement propose par l'Espace Entreprendre de la CCI de Grenoble est-il pertinent pour les créateurs d'entreprise ? Business administration, HAL Archives-ouvertes, P 1-45

CHAPTRE III : LES STRUCTURES ET OUTILS D'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL, CAS ANSEJ

En plus des rôles abordés, l'accompagnateur pour faire avancer le créateur et l'autonomiser doit avoir un rôle d'aide dans le développement de son potentiel (Enriquez ,1981), par analogie il aura un rôle d'un formateur. Ce rôle exige le respect de l'autre et la volonté de rencontre avec une attitude «empathique» et une écoute compréhensive et non évaluative. En parallèle, la compréhension des besoins du créateurs passe par la mise en place d'un climat de confiance qui se concrétise à travers une relation interindividuelle entre l'accompagnant et l'accompagné. Granger rappelait en 1999, le rôle de l'accompagnant en disant qu'il n'est pas un gestionnaire de la nouvelle entreprise, il n'est pas un Co-créateur, il n'est ni expert comptable, ni conseiller juridique, ni expert technique. Il n'a aucune relation hiérarchique, mais son rôle est comme celui d'un entraîneur sportif. A ce stade, on retrouve la notion de l'écoute mutuelle entre les entrepreneurs et les partenaires (Fayolle, 2007) et l'idée d'accompagnement par les pairs (Jaouen, Loup et Sammut, 2005). La relation et les frontières entre l'accompagnant et le créateur est difficile à trouver. Chaque créateur la ressent différemment. D'où l'émergence d'autres concepts qui sont proches, on parle du mentoring et du coaching.

1.7.Fonctions principales de l'accompagnement à la création d'entreprise

L'accompagnement est centré sur la personne. Le travail d'un expert-comptable est par opposition centré sur une prestation technique ; à la limite peu importe l'identité, l'histoire, le projet de la personne qui amène ses comptes, l'expert-comptable ne se préoccupe pas de l'intégralité du projet mais du formalisme des comptes. Ainsi l'accompagnement est fortement gourmand en temps et en disponibilité. Pour aider à la réalisation du projet il convient d'apprendre à le connaître ainsi que la personne qui le porte. Ceci demande donc du temps. C'est par le biais de plusieurs entretiens qu'une communication et une compréhension réciproques s'établiront. Le centrage sur la personne signifie aussi que cette dernière devra être perçue dans sa complexité et vis-à-vis de son environnement.

L'accompagnement passe par la prise d'autonomie de la personne. Il est plus facile, parce que plus rapide de faire à la place d'une personne plutôt que l'aider à s'approprier une méthode. Ainsi, certains soi-disant prestataires d'accompagnement rencontrent brièvement une personne, pioche rapidement de l'information et réalise un business plan pour le compte du créateur. Cette économie de temps (et donc d'argent) pour l'accompagnateur est fort

CHAPTRE III : LES STRUCTURES ET OUTILS D'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL, CAS ANSEJ

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

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

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

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

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

L'accompagnement relève de la gestion de projet. Un projet après avoir été conçu est mis en œuvre. A ce titre la mise en œuvre est aussi importante que la conception (comment serait perçu un cadre d'entreprise concevant des projets sans jamais les réaliser ?). Hors la majorité des dispositifs ne sont prévus que pour de l'accompagnement ante création (conception) et laissent de côté la réalisation (qui doit passer par un accompagnement post création).

1.8.Structures d'accompagnement, objectifs, limites, responsabilités

1.8.1. Accompagnement des porteurs de projets

Quels objectifs et quelles méthodes ?

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

1.8.2. Évaluation

Quelles limites des dispositifs d'accompagnement ?

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

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

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

1.8.3. Quelle responsabilité des structures d'accompagnement ?

Et quelle durabilité de leurs actions ? Si l'accompagnement se définit bien comme une prestation de diagnostic, de préconisations et de mise en œuvre de réponses adaptées, le porteur de projet demeure le seul maître à bord. Ses choix, et la qualité intrinsèque de son produit –élément central de la viabilité même de l'entreprise –ne dépendent que de lui. A ce titre, les professionnels de l'accompagnement ont bel et bien une obligation de moyens, mais pas de résultats. La sécurisation des parcours d'entrepreneurs passe avant tout par la

mise en œuvre de montage financier complexe : fonds publics, fonds d'investissement et fonds privés, fonds participatifs.

Il est dans cette logique primordiale de diversifier les sources, afin que la durabilité des projets ne puisse être remise en cause par un excès de fonds publics, non sécurisés car dépendant de la volonté politique.

Il a enfin été émis l'idée que la durabilité des projets passe aussi par la remobilisation des entrepreneurs sur leur cœur de métier : l'innovation, la création, la prospective, en insistant sur la nécessité de déléguer toutes les tâches qui ne relèvent pas de la dynamique de projet (tâches administratives particulièrement) à d'autre⁴².

2. Dispositifs d'aide cas : Agence national de Soutien a l'Emploi des Jeunes (ANSEJ) :

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

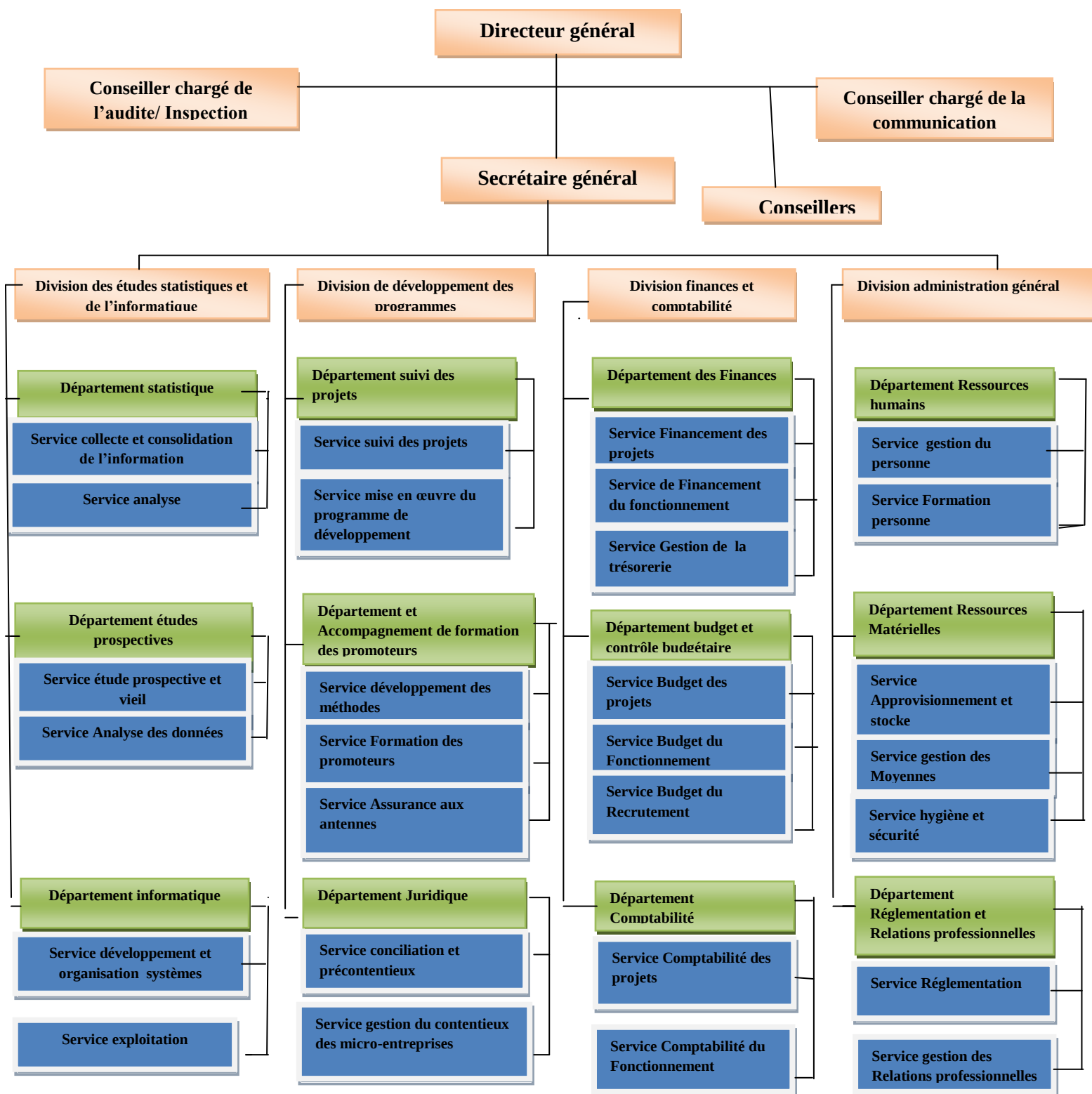
2.1.Présentation de l'agence nationale de soutien à l'emploi de jeune

Cette section a pour but de présenter l'agence ANSEJ créée en 1996, dédié au soutien à l'emploi de jeunes, cette dernière bénéficie de la plus grande notoriété auprès de la population algérienne, le dispositif que propose cette dernière se fixe deux objectifs principaux:

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

42 BENSLIMAN. H. « les dispositifs institutionnels de la création d'entreprise », université d'Oran, P62

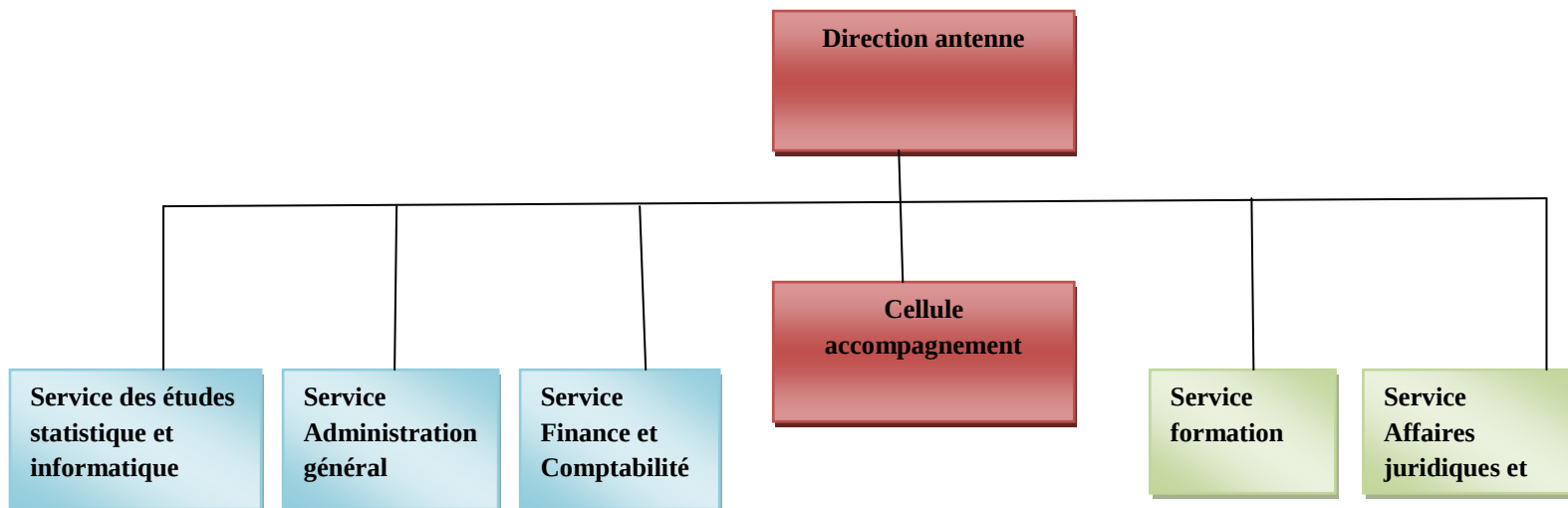
Figure 2 : Organigramme de l'ANSEJ



Source : agence Ansej Bejaia

2.1.1. Les Antennes

Figure 3 : Organigramme d'une antenne principale



Source : agence Ansej Bejaia

2.1.2. Les objectifs et les missions

Dès sa mise en œuvre, l'ANSEJ s'est fixé deux objectifs principaux à savoir :

- Favoriser la création d'activité de biens et de services par les jeunes chômeurs.
- Encourager toute forme d'actions et de mesures tendant à promouvoir l'emploi des jeunes.

L'Agence a pour missions principales, en relation avec les institutions et organismes concernés :

- De soutenir, de conseiller et d'accompagner les jeunes promoteurs dans le cadre de la mise en œuvre de leurs projets d'investissement.
- De gérer, conformément à la législation et à la réglementation en vigueur, les dotations du Fonds National de Soutien à l'Emploi des Jeunes.
- De notifier aux jeunes promoteurs les différentes aides du Fonds National de Soutien à L'emploi des Jeunes et autres avantages.

CHAPTRE III : LES STRUCTURES ET OUTILS D'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL, CAS ANSEJ

- D'assurer le suivi des investissements réalisés par les jeunes promoteurs en veillant au respect des clauses des cahiers des charges qui les lient à l'agence et en les assistant, en cas de besoin, auprès des institutions et organismes concernés par la réalisation des investissements.
- D'entretenir des relations continues avec les banques et les établissements financiers dans le cadre du montage financier des projets, de la mise en œuvre du schéma de financement, du suivi de la réalisation et de l'exploitation des projets;
- De mettre à la disposition des jeunes promoteurs toutes informations relatives à l'exercice de leurs activités.
- De créer une banque de projets économiquement et socialement utiles.

2.2. Evolution et historique du dispositif de l'ANSEJ

Ce dispositif d'accompagnement à la création de micro entreprises, mis en œuvre par l'ANSEJ, à partir du deuxième semestre de l'année 1997, a connu six moments importants: 2003: lors du séminaire des walis sur l'emploi des jeunes Cette évaluation a donné lieu à:

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

A. 2007: Réorganisation de l'agence

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

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

B. 2008: décisions du gouvernement relatives à la redynamisation des dispositifs de création d'activités, à travers, notamment

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

C. 2011 décisions du gouvernement relatives à la revalorisation des dispositifs de création d'activités, essentiellement par

- Le relèvement du PNR à 29% ou 28% du coût d'investissement.
- la revue à la baisse de l'apport personnel à 1% ou 2% du coût d'investissement.

D. 2013 décisions du gouvernement concernant la suppression, des intérêts relatifs au crédit bancaires:

Quel que soit le projet et la zone d'activité, le taux de bonification est généralisé et atteint les 100 %.

E. avril 2014, allègement du dossier administratif, et réduction des délais de traitement

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

2.3. Que représente le CSVF?

Afin d'assurer à la micro entreprise, un plus grand taux de réussite et ce, par une plus grande intégration dans l'environnement local et / ou régional, ces commission on été crée, regroupant ainsi tous les acteurs des institutions, organismes et collectivités locales ayant le pouvoir d'apporter une valeur ajoutée aux promoteurs et leurs projets soumit. Le CSVF comme son nom l'indique est un comité ayant pour mission de sélectionner, valider et financer les projets présentés par les jeunes promoteurs.

2.4. Les principales missions de l'ANSEJ

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

- Soutenir, de conseiller et d'accompagner les jeunes promoteurs dans le cadre de la mise en œuvre de leurs projets d'investissements
- Assurer le suivi des investissements réalisés par les jeunes promoteurs en veillant au respect des clauses des cahiers des charges qui les lient à l'agence et en les assistant, en cas de besoin, auprès des institutions et organismes concernés par la réalisation des investissements
- Encourager toute autre forme d'actions et de mesures tendant à promouvoir la création et l'extension d'activités
- Mettre à la disposition des jeunes promoteurs toutes les informations de nature économique, technique, législative et réglementaire, relatives à l'exercice de leurs activités
- Créer une banque de projets économiquement et socialement utiles
- Passer des conventions avec tout organisme, entreprise ou institution administrative publique ayant pour objet de faire réaliser, pour le compte de l'Agence, des programmes de formation des jeunes promoteurs

2.5. Présentation sommaire du dispositif ANSEJ

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

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

2.5.2. Montage financier

Le montage financier est structuré selon deux niveaux d'investissement

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

Tableau 2 : Structure de financement des projets

- Investissement jusqu' à 5.000.000 DA

Mode de financement	Apporte personnel	PNR	Crédit bancaire
Financement triangulaire	01%	29%	70%
Financement mixte	71%	29%	/

Tableau 3 : Structure de financement des projets

- Investissement entre 5.000.001 DA et 10.000.000 DA

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

2.5.3. Aides et avantages

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

A. Le prêt non rémunéré

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

B. La bonification des taux d'intérêts pour le crédit bancaire

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

C. La prime de particularité technologique

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

D. La formation des promoteurs

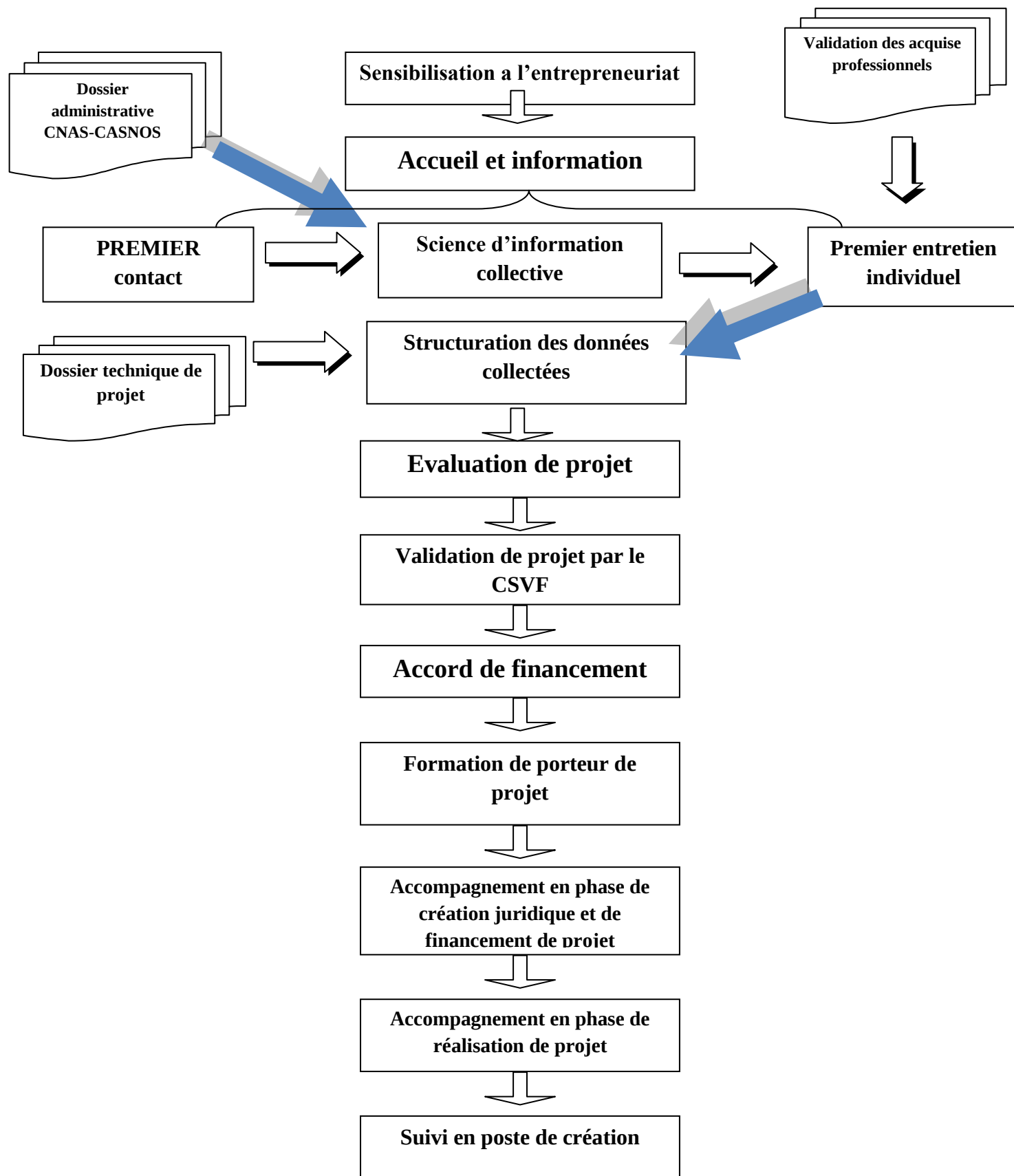
Les différentes analyses internes des résultats, ont permis d'identifier, au niveau de l'inventaire des facteurs d'échecs des micro entreprises, la question de leur gestion par des promoteurs, qui nécessitent un appui à travers des cycles de formation de courtes durées, destinées à renforcer leurs capacités managériales dans divers domaines, à l'exemple du marketing, la comptabilité, la GRH.... A partir de janvier 2008, tous les promoteurs dont les projets sont validés bénéficient d'une formation de préfinancement, totalement prise en charge par l'ANSEJ. Cette forme d'accompagnement est un avantage non financier.

2.6.L'accompagnement au sein de l'ANSEJ

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

En d'autres termes, l'accompagnateur se voit attribuer une responsabilité sociale qui est de former une société d'entrepreneurs contribuant à la régénération et au développement du tissu économique. A cet effet, nous avons choisi de définir le processus de création d'entreprise par l'accompagnement, ainsi de présenter les objectifs auxquels l'accompagnateur doit se tenir, et des tâches à exécuter, dans un autre (dans le prochain chapitre) une étude pratique sera réalisé afin d'évaluer la mise en œuvre du processus en question.

Figure 4 : Les étapes de création par l'accompagnement



Source : Agence Ansej Bejaia

2.7.Sensibilisation à l'entrepreneuriat

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

2.7.1. Objectifs:

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

2.7.2. Démarches à suivre :

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

A. Accueil et information : On distingue trois phases :

• Phase 1 Premier contact

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

➤ Objectifs:

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

➤ Démarches à suivre:

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

- Inscrire le jeune à une séance d'information collective
- **Phase 2: séance d'information Collective : Séance animée par un accompagnateur**

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

➤ **Objectifs:**

- Donner une information claire et précise sur le dispositif ANSEJ et les conditions de création d'entreprise-Inculquer la démarche qualitative de la création d'entreprise
- Promouvoir l'échange entre les jeunes
- Exercer une démotivation positive Démarches à suivre:-Animer des séances interactives
- Présenter le dispositif ANSEJ et la démarche de création d'entreprise
- Expliquer la démarche qualitative du parcours de l'accompagnement
- Remettre et expliquer le questionnaire de base
- Réceptionner les pièces administratives demandées (statut chômeur)
- Fixer un RDV pour un entretien individuel
- **Phase 3: premier entretien individuel : Séance animée par un accompagnateur qui suivra le jeune jusqu'à la réalisation du projet.**

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

➤ **Objectifs:**

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

➤ **Démarches à suivre:**

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

B. Structuration des données collectées

➤ Objectifs:

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

➤ Démarches à suivre

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

C. Évaluation du projet

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

➤ Objectif:

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

➤ Démarches à suivre

- Etude de l'investissement
- Etude du financement

- Etude économique de l'exploitation
- Etude de rentabilité

D. Validation du projet par le CSVF

➤ **Objectif:**

Appréciation technique et validation du projet par le CSVF.

➤ **Démarches à suivre**

- Soumettre le projet au CSVF par l'ANSEJ
- Présentation du projet par le jeune promoteur-
Etude du projet par le CSVF
- Réception du PV établi par le CSVF
- Accord : Attestation d'éligibilité signée par le
Directeur d'antenne.
- Rejet: Notification du rejet par le directeur
d'antenne En cas de recours: le projet sera soumis
de nouveau à l'étude au niveau de l'antenne avant
sa présentation au CSVF

E. Accord de financement Deux modes de financement:

- **Financement mixte:**

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

- **Financement triangulaire:**

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

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

➤ **Démarches à suivre**

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

- Elaboration d'un échéancier de remboursement du prêt bancaire

- **Formation du porteur de projet**

Cette étape est tributaire de l'accord de financement.

➤ **Objectif:**

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

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

➤ **Démarches à suivre**

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

F. Accompagnement en phase de la création juridique et de financement du projet

➤ **Objectifs**

- Mobiliser les financements
- Création juridique

➤ **Démarches à suivre**

- Bail de location, Statut juridique (notaire)
- Certificat d'existence, Carte fiscale (Administration fiscale)
- Inscription au registre de commerce (CNRC), à la chambre d'artisanat (carte d'artisan), à la chambre d'agriculture (Carte d'agriculteur), à l'ordre des professions réglementées (médecins, architectes, notaires,...)

- Ouverture d'un compte commercial au nom de la micro entreprise
- Versement de l'apport personnel-Visite de préfinancement
- Cotisation au Fonds de garantie (Financement triangulaire)
- Signature liste programme des équipements par le porteur de projet
- -Recueil des garanties (cahier des charges et billets à ordre)
- Signature de la DOAR par le Directeur d'Antenne
- Virement du PNR par Directeur d'Antenne
- Etablissement de l'ordre d'enlèvement des chèques par l'Antenne

G. Accompagnement en phase de réalisation du projet

➤ **Objectif:**

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

➤ **Démarches à suivre**

- Entretenir une relation régulière avec le porteur de projet (tous les quinze jours) par des entretiens et des visites sur site, pour constater l'état d'avancement de la réalisation du projet et préconiser les mesures à prendre.
- Aider le porteur de projet dans ses démarches pour l'acquisition des équipements en matière de:
 - Modalités de paiement
 - Respect des délais de livraison
 - Formalités douanières
 - Formalités administratives et réglementaires
 - Conformité des équipements aux références techniques

- Réception des équipements (provisoire et définitive)

H. Accompagnements en post création On distingue deux phases :

- **PHASE 1: ACCOMPAGNEMENT AU DEMARRAGE**

L'étape de démarrage de l'activité commence dès réception provisoire des équipements et prend fin avec leur réception définitive. Il s'agit d'une phase cruciale, lors de laquelle, le porteur de projet devient un chef d'entreprise qui, doit désormais prouver ses capacités de gestion d'entreprise dans un environnement concurrentiel.

- **Objectifs:**

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

- **Démarches à suivre:**

- Aider le jeune entrepreneur dans ses démarches pour le démarrage effectif en matière de formalités administratives et réglementaires (Affiliation à la CASNOS, Dossier fiscal,...)
- Soutien moral du jeune entrepreneur par rapport aux difficultés qui caractérisent tout démarrage d'activité-Analyse périodique des résultats par rapport aux prévisions-Application des mesures correctives

- **PHASE 2: ACCOMPAGNEMENT APRES DEMARRAGE**

- **Objectif:**

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

- **Démarches à suivre**

- Veiller à garder le contact avec le chef d'entreprise par l'organisation d'entrevues

CHAPTRE III : LES STRUCTURES ET OUTILS D'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL, CAS ANSEJ

périodiques, visites sur site et entretiens téléphoniques

- Aider le jeune entrepreneur à surmonter les contraintes de gestion et également, celles liées à un découragement dû à ses nouvelles responsabilités
- Aider à la construction d'indicateurs de gestion
- Aider à la mise en place d'une stratégie de développement de l'entreprise
- Aider à l'intégration d'un réseau professionnel créé à partir de la base de données des jeunes promoteurs
- Organiser des actions de parrainage pour offrir un conseil spécialisé aux jeunes chefs d'entreprises
- Détecter les besoins en formation des chefs d'entreprise

Conclusion

De l'intention à l'acte d'entreprendre, en passant par la décision, l'entrepreneur est appelé à franchir de manière successive toutes les étapes de la démarche sans bruler l'une d'entre elles. Mais, souvent les jeunes sont démunis de la culture entrepreneuriale. Ils disposent plutôt d'une culture technique. L'absence de la culture entrepreneuriale affiche un besoin d'assistance et de soutien aigu lors des phases, Pré-crédation et création. La capacité d'entreprendre peut être acquise durant tout le processus de création et de mise en œuvre du projet Drucker (1985). Cependant Les démarches d'accompagnement à la création d'entreprise sont désormais courantes et font partie des préoccupations socio-économiques des collectivités locales (Fourcade, 1991).

L'aide à la création d'entreprise en Algérie prend différentes formes et s'exprime principalement par trois familles de mesures phares, les dispositifs d'aide à la création d'entreprise et régimes d'incitation à l'investissement et l'aide à l'accès au financement à travers des fonds de garantie des crédits bancaires et les structures d'appui et d'animation économique locale. Dans cette optique L'ANSEJ est un dispositif fondé sur une approche économique visant l'accompagnement des jeunes porteurs de projet à la création d'activité de biens et de services. En plus de l'accompagnement, il accorde des aides financières et octroie des avantages fiscaux durant la phase réalisation et exploitation d'activités. La création d'entreprise passe par plusieurs étapes encadrées par un ensemble de procédures qui définit les conditions d'accès, les formules de financement, les niveaux et le plafond des investissements.

Ces dernières années, suite aux nouvelles données de l'économie nationale, l'ANSEJ œuvre dans la recherche de nouveaux partenaires au niveau national et international en vue d'orienter ses missions vers la promotion de l'entrepreneuriat. Aujourd'hui, elle concentre ses efforts sur l'accompagnement des diplômés de la formation professionnelle et plus particulièrement les diplômés et les étudiants de l'enseignement supérieur.

Conclusion générale

Tout au long de notre travail nous avons tenté de chercher des réponses à notre sujet de recherche, à savoir l'entrepreneuriat et les dispositifs d'accompagnements dans le contexte économique actuel.

Le présent travail de recherche avait pour objectif d'apporter un éclairage sur l'entrepreneuriat, tout en évoquant, la création d'entreprise par ces derniers et leur intention entrepreneuriale. Cette dernière représente l'une des étapes clés de l'acte de création d'entreprise, qui intervient en amont du processus entrepreneurial et de l'accompagnement afin d'y trouver des éléments de réponse.

En Algérie, l'orientation en faveur de ce secteur est apparue dans le contexte de la transition vers l'économie de marché comme une alternative à la relance des investissements et l'essoufflement du modèle d'industrialisation de base attesté par l'effondrement du secteur public économique. Le développement des micro-entreprises a connu un essor remarquable favorisé par les politiques incitatives en termes d'encadrement institutionnel, d'aides publiques, de réglementation et de mise à niveau. Dans le contexte économique actuel marqué par un double mouvement de mondialisation et de concurrence acharnée à tous les niveaux, il est désormais établi que les micro-entreprises constituent un élément indispensable dans le processus de développement économique même s'il est difficile de mettre en exergue l'amplitude de leur rôle, on peut, néanmoins, conclure que cette catégorie d'entreprise a une fonction déterminante en matière d'amélioration du bien-être social, dynamisation des régions, création des richesses, résorption du chômage et peuvent constituer une solution permettant de surmonter la dépendance structurelle des hydrocarbures.

L'introduction en 1996 de l'agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes ANSEJ a représenté un réel encouragement au développement des micro-entreprises en Algérie. Ce dernier est un dispositif qui aide les jeunes âgés de 19 à 35 ans (jusqu'à 40 ans pour le gérant) ayant des difficultés d'insertion professionnelle à créer leur propre emploi à travers la création de micro-entreprises. Le financement de ce type d'action se fait par l'octroi d'un prêt non rémunéré accordé par cette agence augmenté d'un prêt bancaire avec intérêts bonifiés par le fonds national de soutien à l'emploi de jeunes FNSEJ consenti aux jeunes promoteurs, en vue

de compléter le niveau de leurs fonds propres fixé selon le mode de financement qui ne doit en aucun cas excéder 10 millions de dinars.

En clair, beaucoup de jeunes ont réussi à créer des entreprises dans le cadre de ce dispositif et ils ont trouvé leur place dans l'environnement socio-économique du pays. D'autres, n'ont pas eu la chance, certes, de réussir par manque d'expérience et de performance, mais les différentes recherches lancées dans le but d'améliorer ce système devraient aboutir, à long terme, à une meilleure prise en charge des préoccupations des jeunes entrepreneurs appelés à faire face à des défis complexes

Bibliographie

- Verstraete, t. & Fayolle, a. (2005). Paradigmes et entrepreneuriat, Revue de l'entrepreneuriat, page 37.
- AKKOUR. M. R, 2019, « la motivation en entrepreneuriat », université de Bejaïa, page 12
- FILION L-J, 1997, « le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », Revue internationale PME, vol. 10, no 2, pages 4-6.
- KAWASAKI. G, 2009, « La réalité de l'entrepreneuriat », Edition Diateino, Paris, p18.
- SCHUMPETER, J. (1950) Capitalism, Socialism, and Democracy, 3rd edition, Harper and Row, New York, 1950
- Knight, K. (1967) "A descriptive model of the intra-firm innovation process", Journal of Business of the University of Chicago, vol 40, 1967
- Drucker, P. (1970) "Entrepreneurship in Business Enterprise", Journal of Business Policy, vol 1, 197
- Pinchot, G. (1985) Intrapreneuring, Harper and Row, New York, 1985
- Thierry Verstraete, Alain Fayolle (2005), Paradigmes et entrepreneuriat, Revue de l'Entrepreneuriat, 4 Revue internationale de psychosociologie consacré aux Représentations entrepreneuriales, Direction
- Robert Paturel (2007), Grandeurs et servitudes de l'entrepreneuriat, Editorial du n° spécial de la R. PATUREL, C. SCHMITT et C. BOURION, Volume XIII, n° 31, Hiver 2007, pages 27-43.
- BAGHLI. W, 2014, « Entrepreneuriat et création d'entreprise », université Abou bekr belkaid, Tlemcen, page 10
- ADJOUT. S, 2011, « Entrepreneuriat féminin : Etat des lieux et caractéristiques, cas de la wilaya de Bejaia », Université Abderrahmane mira de Bejaia pages 26-29.
- A. Cornet & Ch. Constandinidis, « Entreprendre au féminin : Une réalité multiple et des attentes différenciées », Revue Française de Gestion N° 151, Juillet-Aout 2004, page 07
- AZIRI. D, ALLAF. B, 2018, « la problématique de l'accompagnement des porteurs de projet dans les dispositifs d'aide a la création d'entreprise » page 9, 10
- FAYOLLE. A, 2005, « Introduction à l'entrepreneuriat » », édition Dunod, paris, page 11.
- DIAMANE. M, KOUBAA. S, « Les approches dominantes de la recherche en entrepreneuriat », Ecole Doctorale du Groupe ISCAE Casablanca, Maroc, page 2
- FAYOLLE. A, 2005, « Introduction à l'entrepreneuriat » », édition Dunod, paris, page 13
- FAYOLLE. A, « Introduction à l'entrepreneuriat ». Dunod, Paris, 2005. Page 10

- AZIRI. D, ALLAF. B, « la problématique de l'accompagnement des porteurs de projet dans les dispositifs d'aide à la création d'entreprise ». Université Bejaia, 2018. Page 11, 12.
- JULIEN P. A, la mesure de l'entrepreneuriat, Rapport d'étude, Institut de la Statistique du Québec, 2010. Page 68.
- NASROUN. N, BELATTAF. M, « entrepreneuriat et création d'entreprises. Facteurs déterminant l'esprit d'entreprise ». Université Bejaia, 2013, pages 85-87.
- CUZIN, R. FAYOLLE, A, 2004. « Les dimensions structurantes de l'accompagnement », La revue des sciences de gestion, Direction et Gestion, n° 210. P 77-88
- BARES, F. 2004. « La mutation de l'accompagnement à la création d'entreprises : regards croisés d'une déclinaison locale de la politique nationale », AIREPME, Congrès de Montpellier. Disponible sur site <https://airepme.org>. P 1-25
- LEVY-TADJINE, T. 2004«l'entrepreneuriat immigré et son accompagnement en France», Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Université du SUD-Toulon-Var, P 256-2
- BEN MAHMOUD-JOUINI, S. et al. 2010« La recherche-accompagnement : entre accompagnement et recherche-intervention », in Revue de l'Entrepreneuriat, 2010/2, Vol. 9, P. 56-75.
- DUQUENNE, L. 2014. « L'illusion de l'accompagnement », Entreprendre & Innover, 2014/2, n° 21-22), P. 77-89
- PLUCHART, J.J., 2012. « L'accompagnement entrepreneurial. Quels biais psychologiques ? », Revue internationale de psychosociologie et de gestion des comportements organisationnels, 2012/45, Vol. 15, disponible sur site <https://www.cairn.info>. P. 217-238.
- BAKKALI, C.et al.2010. « Les structures d'accompagnement à la création d'entreprise à l'heure de la gestion des compétences », Management & Avenir, 2010/9, n°39, disponible sur site <https://www.cairn.info>. 149-162.
- GERRARD, A. D.KOUJOU et E.VERNIER, 2006. La petite entreprise elle a tout d'une grande: De l'accompagnement aux choix stratégiques, Editions l'Harmattan, Paris, P31
- KIZABA, G., 2008.Op.cit. P, 89.
- CUZIN, R. et A. FAYOLLE, 2006. Op.cit. P.89.
- BOUVIER, L. 2014. «L'accompagnement des porteurs de projet de création d'entreprise : en quoi l'accompagnement propose par l'Espace Entreprendre de la CCI de Grenoble

Tableaux

1. Tableau 1: Récapitulatif des types d'accompagnement
2. Tableau 2 : Structure de financement des projets
3. Tableau 3 : Structure de financement des projets

Figures

1. Figure 1 : Le triptyque Porteur-Portant-Porté
2. Figure 2 : Organigramme de l'ANSEJ
3. Figure 3 : Organigramme d'une antenne principale
4. Figure 4 : Les étapes de création par l'accompagnement

Table de matières

Introduction générale	3
Chapitre I : L'entrepreneuriat, définitions et fondements théoriques	5
Introduction	5
1- Définition, concepts théoriques et importance de l'entrepreneuriat	5
1.1.L'éclatement de l'entrepreneuriat	5
1.2.Histoire de l'entrepreneuriat	6
1.2.1. Les économistes	6
1.2.2. Les behavioristes	7
1.3.Définition de l'entrepreneuriat	8
1.4.Les types d'entrepreneuriat	10
1.4.1. L'entrepreneuriat individuel et l'entrepreneuriat collectif	10
1.4.2. L'entrepreneuriat féminin et l'entrepreneuriat masculin	11
1.4.3. L'entrepreneurial public	11
1.4.4. L'entrepreneuriat social	11
1.4.5. L'entrepreneuriat de type autocréation ou d'emploi	12
1.4.6. L'entrepreneuriat (entrepreneuriat organisationnel)	12
1.5. Les risques liés à l'entrepreneuriat	12
1.5.1. Le risque financier	12
1.5.2. Le risque stratégique	13
1.5.3. Les risques opérationnels	13
2. Les différentes approches dominantes dans la recherche entrepreneuriale	14
2.1.Approche centrée sur les individus	14
2.2.Approche comportementale	15
2.3.Approche centrée sur le processus	16
Conclusion	17
Chapitre II : Concept théorique de l'entrepreneur	18
Introduction	18
1- L'entrepreneur : Définition, Caractéristiques et typologie	18
1.1.Définition	18
1.2.Les caractéristiques	19
1.2.1. Tolérance a l'ambigüité, la confiance. La et l'optimise	19
1.2.2. La perception et l'estimation du risque	19
1.2.3. Une forte capacité du travail et la résistance au stress	19
1.2.4. La créativité	20
1.2.5. La capacité de convaincre et de communiquer	20
1.2.6. L'ouverture d'esprit et la capacité d'apprentissage	20

1.3. Typologies d'entrepreneurs de Laufer.....	20
1.3.1. Entrepreneur artisan.....	20
1.3.2. Entrepreneur opportuniste.....	20
1.3.3. La typologie selon Laufer.....	21
A). L'entrepreneur manager ou innovateur.....	21
B). L'entrepreneur propriétaire.....	21
C). L'entrepreneur refusant la croissance mais recherchant l'efficacité.....	21
1.4. Les PIC et les CAP.....	21
1.4.1. L'entrepreneur PIC.....	21
1.4.2. L'entrepreneur CAP.....	21
1.5. L'approche de Schumpeter.....	22
1.5.1. Le fondateur.....	22
1.5.2. Le directeur salarié.....	22
1.5.3. Le commerçant.....	22
1.6. Les buts économiques de l'entrepreneur.....	22
1.6.1. La pérennité.....	22
1.6.2. L'indépendance.....	22
2- Les différentes approches théoriques sur le concept de l'entrepreneur.....	23
1.1. L'entrepreneur de la pensée classique.....	23
1.2. L'entrepreneur de Cantillon.....	23
1.3. L'Entrepreneur : individu égoïste.....	23
1.4. L'entrepreneur de Jean-Baptiste Say.....	24
1.5. L'entrepreneur de la pensée contemporaine.....	25
1.5.1. L'entrepreneur chez Drucker.....	25
1.5.2. L'entrepreneur leader.....	25
1.5.3. L'entrepreneur et la théorie du comportement.....	26
3- Les Motivations des entrepreneurs	27
3.1. Les motivations d'ordre psychologique.....	27
3.1.1. Besoin d'indépendance.....	27
3.1.2. Besoin d'accomplissement.....	27
3.2. Les motivations d'ordre sociologique.....	28
3.2.1. Le milieu familial.....	28
3.2.2. L'éducation et l'expérience antérieure.....	29
3.2.3. Le territoire.....	29
3.3. Les motivations d'ordre économique.....	30
3.3.1. Les ressources humaines.....	30
3.3.2. Les ressources financières.....	30
3.3.3. Accessibilité au marché.....	31
Conclusion.....	31

Chapitre III : Dispositifs d'aide et accompagnement : cadre conceptuel32

Introduction.....	32
1. définition, fonction et type d'accompagnement.....	32
1.1.Définition.....	32
1.2.La fonction de l'accompagnement	33
1.2.1. L'accueil.....	33
1.2.2. L'accompagnement proprement dit.....	33
1.2.3. Suivi post-création.....	34
1.3.Les types d'accompagnement.....	34
1.4.Les caractéristiques de l'accompagnement.....	35
1.5.La relation de l'accompagnement.....	35
1.6.le rôle de l'accompagnement entrepreneurial.....	36
1.6.1. Le porteur de projet.....	37
1.6.2. L'accompagnateur.....	38
1.7.Fonctions principales de l'accompagnement à la création d'entreprise.....	40
1.8.Structures d'accompagnement, objectifs, limites, responsabilités.....	42
1.8.1. Accompagnement des porteurs de projets.....	42
1.8.2. �valuation.....	43
1.8.3. Quelle responsabilité des structures d'accompagnement.....	43
2. Dispositifs d'aide cas : Agence (ANSEJ)	44
2.1. Présentation de l'agence nationale de soutien à l'emploi de jeune.....	44
2.1.1. Les Antennes.....	46
2.1.2. Les objectifs et les missions.....	46
2.2. Evolution et historique du dispositif de l'ANSEJ.....	47
2.3. Que représente le CSVF.....	48
2.4. Les principales missions de l'ANSEJ.....	49
2.5. Présentation sommaire du dispositif ANSEJ.....	49
2.5.1. Conditions d'éligibilité ANSEJ.....	49
2.5.2. Montage financier.....	50
2.5.3. Aides et avantages.....	50
2.6. L'accompagnement au sein de l'ANSEJ.....	51
2.7. Sensibilisation à l'entrepreneuriat.....	53
2.7.1. Objectifs.....	53
2.7.2. Démarches à suivre.....	53

Conclusion.....	62
-----------------	----

Conclusion général.....63

Bibliographie

Liste de tableaux et figures

Résumé

L'entrepreneuriat trouve ces débuts dans les sciences économiques puis dans le management de projet. Souvent l'entrepreneuriat fait l'objet d'un engouement médiatique et politique en tant que phénomène nouveau mis à table pouvant conduire à des amalgames. Il est parfois utilisé dans des formes adjectives surprenantes : création de projets. En effet, l'entrepreneuriat est étudié par des économistes, des sociologues, des historiens et des chercheurs des autres disciplines. L'entrepreneuriat peut correspondre à une ou plusieurs terminologies selon la discipline du chercheur. Cependant il est nécessaire d'identifier la pièce centrale et indispensable de ce phénomène qui est l'entrepreneur, celui-ci par son importance occupe une place majeure dans la discipline entrepreneuriale

Cependant en Algérie, l'orientation en faveur de ce secteur est apparue dans le contexte de la transition vers l'économie de marché comme une alternative à la relance des investissements et l'essoufflement du modèle d'industrialisation de base attesté par l'effondrement du secteur public économique.

L'introduction en 1996 de l'agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes ANSEJ a représenté un réel encouragement au développement des micro-entreprises en Algérie. Ce dernier est un dispositif qui aide les jeunes âgés de 19 à 35 ans (jusqu'à 40 ans pour le gérant) ayant des difficultés d'insertion professionnelle à créer leur propre emploi à travers la création de micro-entreprises. Le financement de ce type d'action se fait par l'octroi d'un prêt non rémunéré accordé par cette agence augmenté d'un prêt bancaire avec intérêts bonifiés par le fonds national de soutien à l'emploi de jeunes FNSEJ consenti au jeunes promoteurs, en vue

Mots clé : l'entrepreneuriat, l'entrepreneur, dispositifs d'accompagnement, Ansej, motivation.

Abstract

Entrepreneurship finds its beginnings in economics and then in project management. Often entrepreneurship is the subject of media and political enthusiasm as a new phenomenon put on the table that can lead to amalgamations. It is sometimes used in surprising adjective forms: creation of projects. Indeed, entrepreneurship is studied by economists, sociologists, historians and researchers from other disciplines. Entrepreneurship can correspond to one or more terminologies depending on the discipline of the researcher. However, it is necessary to identify the central and indispensable part of this phenomenon which is the entrepreneur, this one by its importance occupies a major place in the entrepreneurial discipline

However in Algeria, the orientation in favor of this sector appeared in the context of the transition to the market economy as an alternative to the revival of investments and the exhaustion of the basic industrialization model evidenced by the collapse. of the economic public sector.

The introduction in 1996 of the national youth employment support agency ANSEJ represented real encouragement for the development of micro-enterprises in Algeria. The latter is a device that helps young people aged 19 to 35 (up to 40 years for the manager) having difficulties in professional integration to create their own job through the creation of micro-enterprises. The financing of this type of action is made by the granting of an unpaid loan granted by this agency increased by a bank loan with interest subsidized by the national fund to support the employment of young FNSEJ granted to young promoters. , in view

Keywords: entrepreneurship, entrepreneur, supportive devices, Ansej, motivation.