

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
Université A. MIRA-BEJAIA



Faculté des Sciences Economiques, de Gestion et des Sciences Commerciales
Département des Sciences Commerciales

MÉMOIRE

EN VUE DE L'OBTENTION DU DIPLOME DE
Master

Domaine : Sciences économiques, commerciales et de gestion

Filière : Sciences de gestion

Spécialité : Entrepreneuriat

Présentée par

M^{elle} Yaici Nedjma

M^{elle} Touahria Katia

Thème

**LE FINANCEMENT BANCAIRE D'un PROJET DANS LE
CADRE DE L'ANADE : CAS DE BNA BEJAIA**

Soutenue le :

Encadré par :

M. Zidelkhil Halim

Devant le Jury composé de :

Année Universitaire : 2022/2023²

Remerciements

*Après avoir rendu grâce à Dieu le tout puissant, nous souhaitons
Remercier notre directeur de Mémoire M. Zidelkhil Halim, Docteur à l'université de Bejaia,
pour avoir accepté de diriger notre travail et de nous avoir fait confiance tout au long de cet
exercice.*

*Nous adressons de chaleureux remerciements à l'ensemble des enseignants chercheurs du
département des sciences économiques, notamment M. Medkour Samir pour ses conseils et
son aide.*

*Un grand merci aux enseignants chercheurs du département des sciences de gestion
notamment Mme Slimani pour l'intérêt qu'ils*

*Ont porté à ce mémoire et pour avoir tout d'abord, su nourrir nos réflexions
Grâce à l'enseignement de qualité, ensuite pour leurs observations pertinentes,
Et surtout pour leurs qualités humaines qui ont toujours suscité notre profonde
Admiration, qu'ils puissent trouver dans ce travail, le témoignage de notre
Sincère gratitude et profond respect.*

*Nous remercions également le membre de jury qui prendront la peine de lire,
Examiner et évaluer ce présent travail, leurs remarques et critiques permettront
Sans doute de l'améliorer.*

Dédicaces

Je dédie ce mémoire à mes chers parents, mon papa MOHAND qui est parti trop tôt, je n'aurai jamais imaginé vivre ce moment sans toi à mes côtés et ma maman NORA qui m'ont soutenue tout au long de mes années d'études. Qui m'ont appris à être forte et à avancer. Aucun mot ne saurait exprimer l'amour, l'estime et le respect que j'ai pour vous.

A mes chers frères : CHAMSEDDINE, FARES, AMINE qui ont toujours été là pour moi.

Tous les mots ne suffiront guère à exprimer l'amour et l'attachement que je vous porte.

A mes deux grands-mères paternelle et maternelle.

A mes chers tantes et oncles YAICI.

A ma chère tata GHENIMA et tonton BOUDJMAA et leurs enfants.

A mes très chers cousins et cousines.

A mes deux meilleures copines FAIROUZ et FARIEL.

A ma bien aimée KATIBA et son mari YANIS à qui je souhaite tout le bonheur du monde.

A ma binôme KATIA qui a contribué à ce modeste travail.

A tous ceux qui m'aiment et me souhaitent la réussite.

NEDJMA

Dédicaces

Je dédie ce modeste travail

A ma chère maman KARIMA, qui m'a soutenue et encouragée durant ces années d'études, merci pour l'amour que tu me portes depuis mon enfance. Ce travail est le témoignage de ma profonde reconnaissance. Que dieu te garde pour moi.

A mon cher père SEDDIK. Ce modeste travail est le fruit de tous les sacrifices que tu as déployés pour mon éducation et ma formation merci pour ta compréhension, ton soutien et ton amour. Que dieu te garde pour moi.

A mes chères sœurs : INES, LYSA, SORAYA.

A mon unique frère : DANY.

Je termine avec la personne avec qui j'ai partagé tout le travail, ma binôme NEDJMA, merci pour ton soutien moral dans les moments de stress, pour ta patience tout au long de ce projet.

KATIA

Abréviations et acronymes

ANADE	: Agence nationale d'appui à l'entrepreneuriat
ANGEM	: Agence nationale de gestion de micro-crédit
CNAC	: Caisse nationale d'assurance chômage
ANDI	: Agence nationale du développement de l'investissement
PME	: Petites et moyennes entreprises
AAPI	: Agence algérienne de promotion de l'investissement
ONS	: Office National des Statistiques
BNA	: Banque nationale d'Algérie
VAN	: Valeur ajoutée nette
IP	: Internet Protocol

Sommaire

INTRODUCTION GÉNÉRALE	10
I. CHAPITRE I.....	14
I.1 Les étapes primordiales à la viabilité du projet de création d'entreprise	14
I.2 Les étapes primordiales pour l'étude de la rentabilité financière d'un projet de création d'entreprise	21
II. CHAPITRE II.....	27
II.1 L'entrepreneuriat comme nouvelle stratégie de relance économique.....	27
II.2 Rôle et importance de l'entrepreneuriat.....	29
II.3 L'entrepreneuriat en Algérie : Evolution historique.....	30
II.4 Les différents organismes d'accompagnement entrepreneurial en Algérie	32
III. CHAPITRE III.....	38
III.1 Présentation de l'organisme d'accueil (BNA).....	38
III.2 Faisabilité technico-économique du projet	40

III.3 Récapitulatif de la procédure de financement.....	47
CONCLUSION GÉNÉRALE	49

INTRODUCTION GÉNÉRALE

INTRODUCTION GÉNÉRALE

L'entrepreneuriat est devenu aujourd'hui un enjeu majeur pour de nombreux Etats, notamment ceux confrontés au problème épineux des jeunes. Tous les pouvoirs publics et les acteurs socio-économiques sont parfaitement conscients du rôle et de l'importance de la création des entreprises.

Les Etats reconnaissent de plus en plus que le développement économique et social ne peut se réaliser sans création d'activités économiques et promotion de l'entrepreneuriat. Ce dernier constitue un élément essentiel de la dynamique du développement, et constitue un moteur de renouvellement du tissu économique de la création d'emplois, et de la stimulation de l'innovation.

Le phénomène de création d'entreprise a pris une importance considérable d'où l'intérêt des chercheurs et des décideurs politiques accordé au rôle de l'entrepreneuriat dans le développement économique et social (Boutillier et Uzunidis, 1994).

L'appui à la création d'entreprises est devenu une constante fondamentale des politiques publiques aussi bien dans les pays développés que dans les pays en développement.

En Algérie, l'entrepreneuriat a émergé dans un contexte de transition d'une économie planifiée et centralisée vers une économie de marché. Cette nouvelle politique économique a reconnu le rôle important que joue l'entrepreneuriat et la création d'entreprises dans le développement local et national.

C'est ainsi les pouvoirs publics tentent de mettre en place des politiques de stimulation, d'aide et d'accompagnement destinés aux jeunes et aux porteurs de projets. Ces politiques ont pour but de créer des conditions propices pour encourager la création d'entreprises et de stimuler le développement de la dynamique entrepreneuriale.

En Algérie des mesures ont été prises et des programmes ont été introduits pour encourager l'accompagnement entrepreneurial. En conséquence, plusieurs dispositifs et acteurs ont vu le jour pour soutenir et accompagner les porteurs de projets, et qui interviennent aux différents stades de création d'entreprise.

Ainsi la volonté affichée afin de promouvoir l'entrepreneuriat en Algérie reste à parfaire afin de consolider l'émergence et le développement d'un entrepreneuriat de pérennité et d'améliorer les performances économiques du pays.

Intérêt du sujet

L'intérêt de ce travail de recherche est double. En premier lieu, il tente de faire connaître les dispositifs de financement pour des créations d'entreprise triangulaires et aussi connaître toute la procédure de le faire avec ou sans organismes d'accompagnement.

Problématique et hypothèses

Dans ce sillage, et suite à diverses politiques favorables aux créations d'entreprises, notre travail de recherche s'articule autour de la question suivante : **Quelles étapes à suivre pour financer son entreprise par la banque dans le cadre de l'ANADE ?**

Pour mieux appréhender la problématique énoncée auparavant, il serait intéressant de répondre aux interrogations suivantes :

- Comment se déroule le processus de financement d'un projet d'investissement au sein de la banque ?
- Quelles sont les démarches et les techniques utilisées par la banque BNA pour le financement d'un projet d'investissement ?

Méthodologie de la recherche

Afin d'apporter des éléments de réponse à notre problématique et de nous permettre de confirmer ou d'infirmer nos hypothèses, nous allons effectuer en plus d'une recherche bibliographique qui nous permet de cerner le cadre théorique de notre sujet, en utilisant notamment les ouvrages, les thèses, les mémoires et les articles. Pour confirmer ou infirmer nos hypothèses, nous effectuons un stage pratique au niveau de la banque nationale d'Algérie BNA agence Bejaia « 587 ».

Pour parvenir à notre objectif, nous avons structuré notre travail en trois chapitres. Le premier chapitre portant sur les étapes préalables pour réussir sa création de projet est scindé en deux sections, la première porte sur les étapes primordiales à la viabilité du projet de création d'entreprise et la deuxième section portera sur les étapes primordiales pour l'étude de la rentabilité financière d'un projet de création d'entreprise

Le deuxième chapitre intitulé les dispositifs d'incitations à la création d'entreprise est divisé en deux sections, la première porte sur l'entrepreneuriat comme nouvelle stratégie de relance économique et la deuxième section sera consacrée pour la présentation des différents organismes d'accompagnement entrepreneurial.

Le troisième chapitre est consacré à la présentation de l'organisme d'accueil en première section et la deuxième section sur l'analyse et l'interprétation des résultats.

CHAPITRE I

ÉTAPES PRÉALABLES POUR RÉUSSIR SA CRÉATION DE PROJET

ÉTAPES PRÉALABLES POUR RÉUSSIR SA CRÉATION DE PROJET

La création d'une entreprise est une aventure passionnante et stimulante, mais elle nécessite une planification et une exécution méthodiques. De l'idée initiale à la concrétisation de votre vision entrepreneuriale, il existe des étapes clés à suivre pour mettre sur pied une entreprise solide et prospère. Dans cette introduction, nous explorerons les étapes essentielles de la création d'entreprise, en mettant l'accent sur les principaux éléments à considérer à chaque étape du processus. Que vous soyez un entrepreneur débutant ou expérimenté, comprendre ces étapes vous aidera à naviguer avec confiance dans le monde complexe de l'entrepreneuriat et à augmenter vos chances de succès.

Les étapes de création d'entreprise peuvent varier en fonction de la nature de votre projet et du secteur d'activité choisi, mais nous allons présenter ici une structure générale qui peut s'appliquer à la plupart des entreprises. Ces étapes comprennent la génération d'idées, la recherche et la planification, la validation de votre concept, l'établissement d'une structure juridique, le financement de votre entreprise, le lancement opérationnel et enfin, la croissance et l'expansion. Chacune de ces étapes est cruciale pour le succès de votre entreprise et nécessite une attention particulière.

Lancer une entreprise peut sembler intimidant, mais en suivant ces étapes de manière méthodique et en vous entourant des bonnes ressources, vous serez en mesure de transformer votre vision entrepreneuriale en une réalité florissante. Alors, préparez-vous à plonger dans le monde fascinant de la création d'entreprise et à découvrir les étapes clés qui vous mèneront vers le succès entrepreneurial.

I.1 Les étapes primordiales à la viabilité du projet de création d'entreprise

I.1.1 L'idée

L'idée est la base de tout projet. Elle déterminera si le projet peut être intéressant ou non. La volonté de réaliser quelque chose de personnel et d'original est le départ de tout projet d'entreprise. Quelle que soit l'origine de l'idée, l'essentiel est de savoir si celle-ci pourrait

intéresser de futurs clients. La connaissance, le savoir-faire et - 3 - l'expérience du métier va bien évidemment favoriser et faciliter le développement du projet. Tenter l'aventure dans un domaine inconnu nécessite d'avoir une idée très originale et/ou qui répondra à un besoin particulier identifié. L'origine d'un projet de création peut également être simplement une idée nouvelle qui va permettre l'invention de nouveaux produits.

I.1.1.1 La validation de l'idée

La validation de l'idée Avant de passer à la concrétisation de son idée, il est indispensable de définir par écrit les grandes lignes du projet. Cette étape doit permettre au créateur d'anticiper les risques, de noter les points faibles et les avantages concurrentiels que présente le produit. Plus précisément, il devra définir les caractéristiques du produit envisagé, son utilité et les grands principes de fonctionnement de sa future entreprise. Cette étape est une phase de réflexion et d'analyse assez longue. Il convient de suivre un processus clair et précis pour ne pas passer à côté d'éléments importants. Valider son idée consiste également à la tester.

I.1.2 L'analyse commerciale

Si effectivement, par le passé, il consistait plus pour l'entreprise à écouler la marchandise qu'elle avait produite, il s'agit plus aujourd'hui d'identifier les besoins du marché et de ne produire que ce qui peut être vendu. En effet, dorénavant, la connaissance du marché pour l'entreprise consiste plus à produire ce qui peut être vendu qu'à vendre ce qui est produit.

Les éléments qualitatifs, sur lesquels portera l'analyse commerciale du banquier ont été définis par les « quatre (04) P » de Mc Carthy¹, à savoir :

- 1- **P**roduct (produit) ;
- 2- **P**rice (prix) ;
- 3- **P**lace (la distribution) ;
- 4- **P**romotion (la communication).

I.1.2.1 Le produit

L'analyse du banquier de ce dernier concept doit être faite avec prudence. Une analyse relevant des techniques du marketing qui fait appel à l'information, à la logique ainsi qu'à l'observation. Il importera au banquier de s'intéresser dans ce cadre :

¹ Les quatre (04) P de Mc Carthy font partie d'un concept développé dans sa thèse de doctorat de 3^{ème} cycle de l'Université du Minnesota, définissant les forces de la stratégie commerciale à adopter par l'entreprise moderne.

- A la quantité de production envisagée par l'entreprise ; à sa nature ; à son type ; à ses différentes particularités technologiques ainsi qu'aux caractéristiques de cette dernière ;
- Aux différents besoins auxquels la production envisagée répondra-elle ;
- Aux éventuels substituts de celle-ci ;
- Au degré d'obsolescence de ce dernier. Autrement dit, le niveau d'actualité et d'innovation qui caractérise le produit envisagé (lancement, croissance, maturité ou alors déclin) ;
- A la gamme de production du produit envisagé.

I.1.2.2 Le prix

En matière de prix, il faudra s'intéresser :

- A la compétitivité des prix pratiqués par l'entreprise ;
- A l'existence de contrainte réglementaire en matière de prix et en matière de concurrence (ex : prix administrés) ;
- A la politique de vente choisie par l'entreprise (politique de pénétration : donc le choix d'un prix très bas ; ou bien une politique d'écémage : dans ce cas-là le prix est très élevé et destiné à une clientèle particulière).

I.1.2.3 La distribution

Il est important pour le banquier d'analyser, dans ce cadre, les points suivants :

- L'agent qui prend en charge la distribution (le producteur lui-même ou bien un sous-traitant) ;
- Le mode de distribution (circuit direct, circuit court ou alors circuit long) ;
- La densité du réseau ou bien le maillage (une distribution touchant tout le marché ou bien une partie déterminée de ce dernier) ;

I.1.2.4 La promotion

Il faudra s'intéresser :

- Aux types de supports utilisés (les médias, l'affichage, le sponsoring, les prospectus, le mécénat...etc.) ;

- A la véracité de la force de vente (pour cela il faudra comparer le coût de la promotion au chiffre d'affaires additionnel généré par celle-ci et au même rapport chez le concurrent) ;
- A l'existence d'un service après-vente et ses performances.

I.1.3 L'analyse du secteur d'activité

L'appréciation du secteur d'activité constitue un élément primordial pour le banquier. En effet, celui-ci devra impérativement apprécier la tendance du secteur. Autrement dit, il lui appartiendra de savoir comment dans les semaines, les mois ou encore les années à venir, évoluera le secteur d'activité et quel sera l'impact de cette évolution sur les entreprises appartenant à ce secteur.

L'analyse du secteur d'activité portera alors sur :

- Le marché ;
- Les concurrents ;
- Les partenaires ;

I.1.3.1 Le marché

Tout banquier est dans l'obligation d'élaborer, lors de son évaluation de projet, une étude exhaustive du marché afin d'amplifier d'avantage les chances de réussite du projet envisagé. En effet, la nécessité de procéder à cette analyse découle du fait que tout projet productif a pour objet la production de biens et/ou de services destinés à être écoulé sur le marché, lieu de confrontation de l'offre et de la demande et le milieu dans lequel l'entreprise devra s'adapter en permanence. Il est donc indispensable de connaître le marché auquel la production envisagée sera destinée.

Une étude de marché peut être définie comme étant la collecte, l'enregistrement et l'analyse de tous les faits se rapportant aux transferts et à la vente de marchandises et de services. Ainsi, l'objectif visé par l'étude de marché est de prévoir le volume de marchandise ou de services pouvant être vendus sur le marché. Ce volume dépend en fait d'un certain nombre de paramètres tels que :

- La taille, la structure et l'évolution du marché (le marché est-il stable, en progression ou alors en régression) ;
- Le niveau de production et les prix de ventes espérés ;

- Le lieu d'implantation du marché visé (régional, national ou alors international) ;
- Les parts du marché détenues par l'entreprise et les parts qu'elle pourra détenir dans le futur ;
- Les politiques pratiquées par l'entreprise face aux évolutions survenues au niveau du marché...etc.

Nous tenons à préciser que le contenu de l'étude de marché est essentiellement composé de :

- L'analyse de la demande passée et présente ;
- L'appréciation de la demande future ;
- L'appréciation de l'offre passée, présente et future.

I.1.3.2 Les partenaires

Il s'agira principalement des clients et des fournisseurs. Concernant les clients, les principales questions que se posera le banquier sont :

- Qu'elle est la clientèle de l'entreprise ?
- Est-ce que l'entreprise accorde des délais de paiement à ses clients, si c'est le cas, Sont-ils respectés par ces derniers ?

Quant aux fournisseurs, le banquier est dans l'obligation de savoir :

- Leur nombre, dont il est préférable qu'il soit assez important afin d'éviter toute perturbation éventuelle résultant de l'indisponibilité temporaire ou définitive des marchandises chez un ou plusieurs de ceux-là ;
- La notoriété de ces derniers ;
- Leur implantation, dont il est préférable qu'elle soit nationale afin d'éviter tout risque de change ou réglementaire.

I.1.3.3 Les concurrents

La concurrence étant un élément qui présente pour l'entreprise un risque considérable, du fait qu'elle contraint l'entreprise à réduire ses marges et à accroître ses besoins de financement (stocks plus importants et créances plus longues) pour pouvoir écouler ses produits. De ce fait là, cette dernière doit être analysée avec minutie. Ainsi son analyse portera sur les éléments suivants :

- Le nombre des concurrents et leur importance (parts de marché détenues et susceptibles d'être détenues, capacités de production, qualité du produit...etc.) ;

- Leur prix et conditions de vente (délais de règlements, modalités de livraison, services après ventes...etc.).

I.1.4 L'analyse technique

En matière d'analyse technique du projet d'investissement l'évaluateur devra s'intéresser :

- Au processus de production ;
- Aux caractéristiques des moyens de production ;
- Aux besoins de l'entreprise ;
- A la localisation de l'unité de production ;
- Au délai de réalisation.

I.1.4.1 Le processus de production

Les techniciens de l'entreprise peuvent en général choisir entre plusieurs procédés de fabrication possibles pour atteindre un même résultat. Dans de nombreux cas, le choix est dicté par des considérations techniques ou économiques évidentes (imposition de certaines matières premières...etc.).

I.1.4.2 Les caractéristiques des moyens de production

Ce choix est lié à celui du volume de la production et au processus sectionné. Dans les industries de transformation où, souvent, une infinité d'équipements de performance variées est offertes sur le marché.

La gamme des matériels conditionnera fortement la souplesse de l'exploitation future et leur choix devra reposer sur une analyse aussi précise que possible des conditions ultérieures de fonctionnement. Pour cet effet, et afin d'apprécier ces moyens de productions, le banquier axera son analyse sur certains points tels la capacité de production, la superficie des locaux, le niveau d'obsolescence...etc. Il cherchera alors, à travers son analyse à répondre aux questions suivantes :

- Quelles sont les immobilisations réellement productives ?
- Quelle est la durée de vie de ces immobilisations ?
- A quel niveau d'obsolescence sont-elles ?
- Est-ce que les équipements usités permettent une bonne productivité ?

I.1.4.3 Les besoins de l'entreprise

Après avoir déterminé le processus de production choisi, ainsi que les caractéristiques des moyens de production ; le banquier devra déterminer de manière précise les besoins de

l'entreprise, tant pour la période d'investissement (bâtiments, matériels divers, mains-d'œuvre...etc.) que pour celle de l'exploitation (matières premières, eau, énergie, mains-d'œuvre...etc.) et ce dans le but d'avoir une idée précise du coût de démarrage, d'extension et de fonctionnement de ladite entreprise.

I.1.4.4 La localisation de l'unité de production

L'analyse du problème de la localisation de l'unité de production se pose en termes fort différents d'une activité à une autre. En effet, imposée dans certains cas (exploitation de gisements...etc.), la localisation peut dans d'autres cas être envisagée par l'entreprise en un grand nombre de points. Il appartiendra au banquier de vérifier si l'entreprise a bien su choisir, en prenant en considération la localisation du marché au quel le produit de celle-ci est destiné, la localisation de ses principaux fournisseurs...etc.

I.1.4.5 Le délai de réalisation

L'évaluateur doit s'assurer que le planning de réalisation est techniquement et humainement réalisable et concevable. En effet, tout retard accusé dans la réalisation du projet engendre des surcoûts, d'une part et des pertes en production, d'autre part.

I.1.5 L'analyse des coûts

Cette analyse consiste à vérifier la validité de tous les coûts qui se réfèrent au projet, qu'il s'agisse de ceux liés à l'investissement ou ceux de l'exploitation.

En effet, l'importance de ces coûts rend l'évaluateur obligé de mener cette analyse avec *exhaustivité* (aucun coût ne doit être omis sous peine de faire une analyse peu crédible) et *viabilité* (les coûts doivent être fixés après de multiples consultations auprès des fournisseurs, organismes ou institutions susceptibles de détenir l'information).

Sur cet angle, l'évaluateur doit s'intéresser :

- En matière d'investissement, aux :
 - Différents frais et valeurs des immobilisations incorporelles (prospection, études et recherches, brevets et licences, frais préliminaires, intérêts intercalaires ;
 - A la nature du terrain de construction, au montant de revient du terrain ;
 - Aux différentes immobilisations corporelles telles que les constructions, les bâtiments, autres bâtiments d'exploitation ;

- Aux machines et matériels d'exploitation ;
- En matière d'exploitation, aux :
 - Au montant des différentes charges telles que les matières et fournitures, les matières premières, les frais du personnel, les impôts et taxes, aux dotations aux amortissements, etc.

Remarque :

On plus des différentes analyses présentées ci-dessus, l'évaluateur - et afin d'éviter tout risque lié au remboursement du crédit (en cas d'accord) – doit s'assurer de la stabilité de la conjoncture économique et/ou politique du pays pour ne pas affecter l'entreprise postulante.

Après avoir analysé la viabilité du projet à travers les quatre points présentés à savoir : l'analyse commerciale, l'analyse du marché, l'analyse technique et l'analyse des coûts ; l'évaluateur est en mesure de déterminer et d'apprécier de près la rentabilité du projet.

I.2 Les étapes primordiales pour l'étude de la rentabilité financière d'un projet de création d'entreprise

L'évaluateur, et après avoir vérifié la viabilité du projet, procède à une analyse de la rentabilité, l'objectif de la rentabilité est avant tout la détermination de la rentabilité du projet. Il faut noter qu'elle vise à apprécier l'opportunité financière que le projet présente par rapport aux autres possibilités d'investissement (ex : placements à terme,) et la capacité des ressources qui seront générées par le projet à faire face aux engagements de l'entreprise déjà entrepris.

Financière de l'investissement envisagé.

I.2.1 La durée de vie de l'investissement et le niveau de production

Durant sa vie, un projet d'investissement passe par quatre (04) phase distinctes :

- La phase d'investissement : période pendant laquelle le projet est réalisé ;
- La phase de montée en cadence : phase pendant laquelle l'entreprise s'accoutume à la technologie aux équipements et à la production du bien ou du service et par conséquent le niveau de production n'est pas à son niveau optimal ;
- La phase de croisière : c'est la période de plein régime durant laquelle les équipements tournent à leur pleine capacité (niveau optimal de production);
- La fin du projet.

I.2.2 L'Établissement du tableau des flux de trésorerie

C'est un tableau récapitulatif de l'ensemble des ressources et emplois de l'entreprise servant à déterminer les flux de trésorerie sur toute la durée de vie du projet. Les éléments déterminés précédemment (échancier des investissements, tableau des amortissements, la VRI, variation du BFR et les comptes de résultat prévisionnels) permettent d'élaborer ce tableau d'emplois/ressources

I.2.3 Les critères de rentabilité d'un investissement et leur appréciation

Les flux d'investissement déjà déterminés suite à l'élaboration du tableau emplois/ressources doivent être analysés selon les critères de rentabilité présentés ci-dessous et cela afin de déterminer la rentabilité propre de l'investissement.

Tout investissement est un échange entre des dépenses présentes ou prochaines contre des recettes futures. Suivant cette définition, nous constatons qu'il est impossible de comparer les présentes dépenses avec les futures recettes, d'où la notion d'actualisation qui permet de rapporter une dépense ou bien une recette future au présent.

Ainsi, nous avons jugé important de définir en premier lieu ce que c'est l'actualisation ensuite procéder à la présentation des différents critères de rentabilité.

I.2.3.1 La notion d'actualisation

L'actualisation consiste à ramener au *présent* tous les flux quelque ils soient, dépenses ou bien recettes. Autrement dit, elle détermine la valeur immédiate des flux futurs que générera le projet. Elle se fait sur la base d'un *taux d'actualisation* qui peut être défini comme étant *le prix de renonciation à la liquidité*.

Cette notion est l'inverse de la notion de capitalisation.

Supposons : 1 DA aujourd'hui $(1+i)^n$ \longrightarrow dans n années (capitalisation).

$(1+i)^{-n}$ DA aujourd'hui 1 DA dans n \longleftarrow années (actualisation).

Le *taux d'actualisation* est *le coût moyen pondéré des ressources*. En effet, ce dernier reprend pour son calcul la rémunération des fonds propres (par distribution de dividendes aux actionnaires) et celle de l'emprunt bancaire suivant un taux net d'emprunt.

Remarque :

Le taux net d'emprunt représente le coût de revient du crédit pour chaque client. Il est inférieur au taux affiché par la banque puisque le taux d'intérêt (affiché) doit être déduit du taux IBS pour avoir le taux net d'emprunt. C'est simplement au fait que toute entreprise qui

s'endette va automatiquement payer des frais financiers qui vont diminuer d'avantage l'IBS de cette entreprise.

I.2.3.2 Le Délai de Récupération (DR)

Appelé aussi « délai de recouvrement du capital investi » ou « durée d'amortissement d'un investissement », le délai de récupération est égal à la durée nécessaire aux flux d'exploitation pour récupérer le montant d'investissement. Autrement dit, le délai de récupération du capital investi représente le temps qu'il faut aux flux de trésorerie cumulés pour s'annuler.

$$\text{DR} = n \text{ tel que } I_0 = \sum_{t=1}^n F_t.$$

I_0 = les dépenses d'investissement cumulées.

Le délai de récupération est autant un critère de rejet (on rejette tous les projets dont le DR serait supérieur à un objectif arrêté par l'entreprise, ses actionnaires ou bien par la banque) qu'un critère de sélection (on choisit le projet qui affiche le DR le plus court).

I.2.3.3 La Valeur Actuelle Nette (VAN) :

Appelée aussi la Bénéfice actualisé, la Valeur Actuelle Nette est la différence entre la somme des flux nets actualisés d'exploitation sur toute la durée de vie de l'investissement et le capital investis. Cette dernière correspond au surplus monétaire dégagé par le projet après avoir récupéré les parts du capital investis auparavant. Ainsi, il est obligatoire que la VAN soit positive pour affirmer la rentabilité du projet.

$\text{VAN} = \text{l'ensemble des cash-flow actualisés} - \text{le montant de l'investissement}$

La VAN est autant un critère de rejet (toute VAN négative implique une non - rentabilité du projet) qu'un critère de sélection entre investissements *ayant des mises de fonds identiques*. Le cas contraire, le calcul de la VAN sera complété par le calcul d'un autre indicateur : *l'indice de profitabilité*.

I.2.3.4 L'Indice de Profitabilité (IP)

L'indice de profitabilité est un critère qui est venu pallier à l'une des insuffisances de la VAN qui faisait que celle - ci ne pouvait être utilisée comme critère de sélection entre deux projets ayant des mises de fonds initiales (investissements) différentes. En effet, il permet de comparer entre deux projets dont la mise de fonds initiale est différente en montrant le rendement de chaque dinar investi dans chaque projet.

Formule de calcul de l'indice de profitabilité : **$\text{IP} = 1 + \text{VAN/I}$**

Toute évaluation d'un projet d'investissement doit se faire sur la base d'une documentation fournie par le client et qui contient une panoplie d'informations comptables, financières, économiques, etc. cette dernière doit se dérouler en deux étapes : une étude de la viabilité du projet et une autre de sa rentabilité.

Ces deux études sont indissociables : l'une assure que le projet est techniquement viable et réalisable, l'autre affirme que l'affaire est financièrement rentable.

A travers ces deux études, le banquier doit être en mesure de déceler les points forts et les points faibles de l'affaire. Il pourra ainsi prendre une décision en fonction du risque encouru ; il déterminera les besoins de l'entreprise et mettra en place la structure de financement la plus adéquate, et ce afin d'assurer une bonne issue au crédit.

Il est à signaler qu'il est préférable que le chargé du dossier, en plus des deux études précédentes, effectue des tests de sensibilité afin d'affiner son étude de la rentabilité. Ces tests sont des modifications à effectuer sur les prix, les quantités, ...etc. cet ensemble de tests va lui permettre d'apprécier d'avantage les risques liés à l'octroi du crédit sollicité en déterminant l'impact de ces modifications sur la rentabilité du projet.

Conclusion

En conclusion, les étapes de création d'une entreprise sont essentielles pour transformer une idée en une réalité entrepreneuriale florissante. Chacune de ces étapes joue un rôle crucial dans la construction d'une base solide pour votre entreprise et dans l'augmentation de vos chances de succès.

La génération d'idées vous permet d'explorer des concepts novateurs et de découvrir des opportunités commerciales uniques. La recherche et la planification vous aident à affiner votre idée, à comprendre votre marché cible et à élaborer une stratégie solide pour atteindre vos objectifs. La validation de votre concept vous permet de tester votre idée sur le marché et de recueillir des commentaires précieux pour affiner votre offre.

L'établissement d'une structure juridique adéquate vous permet de protéger vos intérêts, de respecter les obligations légales et de créer une base solide pour le développement de votre entreprise. Le financement de votre entreprise est crucial pour rassembler les ressources nécessaires à son lancement et à sa croissance initiale. Le lancement opérationnel vous permet de mettre en œuvre votre plan et de commencer à servir vos clients.

Enfin, la croissance et l'expansion vous permettent de consolider votre entreprise, d'explorer de nouvelles opportunités et de continuer à évoluer sur le marché. Tout au long de ce processus, il est important de rester flexible, de s'adapter aux changements du marché, de saisir les opportunités et de continuer à apprendre et à s'améliorer en tant qu'entrepreneur.

La création d'une entreprise est une aventure stimulante et exigeante, mais en suivant ces étapes de manière méthodique et en s'entourant des bonnes ressources, vous augmentez considérablement vos chances de réussite. N'oubliez pas que chaque entreprise est unique, donc adaptez ces étapes à votre situation spécifique et faites preuve de persévérance, de détermination et d'agilité pour atteindre vos objectifs entrepreneuriaux. Avec une vision claire, une planification rigoureuse et une exécution solide, vous pouvez transformer votre rêve d'entreprise en une réalité florissante.

S'agissant du calcul de la rentabilité d'un projet, celle-ci est essentielle pour évaluer sa viabilité et prendre des décisions éclairées en matière d'investissement. Dans cette discussion, nous avons exploré différentes techniques de calcul de rentabilité qui aident les entrepreneurs et les investisseurs à mesurer le potentiel de rendement d'un projet.

Les méthodes traditionnelles, telles que le taux de rentabilité interne (TRI) et le délai de récupération (DR), fournissent des indicateurs financiers précieux pour évaluer la rentabilité d'un projet. Elles se basent sur les flux de trésorerie et tiennent compte du temps de récupération de l'investissement initial.

En outre, il est crucial de considérer les aspects stratégiques, les opportunités de croissance future et l'impact environnemental et social d'un projet lors de l'évaluation de sa rentabilité. L'intégration de ces éléments permet de prendre des décisions plus holistiques et durables.

En conclusion, les techniques de calcul de rentabilité fournissent des outils précieux pour évaluer la viabilité financière d'un projet. Cependant, il est essentiel de les compléter par une analyse approfondie prenant en compte les aspects qualitatifs, les risques et les opportunités à long terme. En combinant ces approches, les entrepreneurs et les investisseurs seront mieux armés pour prendre des décisions informées et maximiser leur retour sur investissement.

CHAPITRE II

DISPOSITIFS D'INCITATION À LA CRÉATION D'ENTREPRISE

CHAPITRE II

DISPOSITIFS D'INCITATION À LA CRÉATION D'ENTREPRISE

En Algérie, l'ouverture économique amorcée dès le début de la décennie 90 a entraîné un développement important du parc des entreprises privées. Depuis l'adoption en 1993 d'un code des investissements, le nombre de PME connaît une croissance continue.

Les dispositions relatives à la création d'entreprises en Algérie ont été renforcées en 2001 par un nouveau code des investissements et une nouvelle loi d'orientation sur la PME qui va dans le sens de la promotion de l'entrepreneuriat. Plusieurs dispositifs et structures d'appui ont alors vu le jour. C'est d'ailleurs l'objet de ce chapitre où nous essayerons dans un premier temps de faire un rappel sur les fondements théoriques de l'entrepreneuriat, ensuite nous essayerons de faire un petit rappel historique sur l'évolution de l'entrepreneuriat en Algérie, et nous terminerons par la présentation des différents dispositifs d'aide à la création d'entreprises en Algérie.

II.1 L'entrepreneuriat comme nouvelle stratégie de relance économique

II.1.1 Cadre conceptuel et paradigmes de l'entrepreneuriat

Il ne s'agit pas pour nous à ce niveau de résumer toutes les approches disciplinaires et toutes les écoles de pensée qui ont contribué à la genèse de l'entrepreneuriat, ni d'entrer dans un débat visant à comparer les différentes recherches menées sur l'entrepreneuriat. Mais il s'agit plutôt d'une mise au point conceptuelle traitant le concept de l'entrepreneuriat.

L'entrepreneuriat est un concept hétérogène et complexe, qui ne peut être renfermé dans un terme univoque et générique (Verstraete ,2001). Il existe une multiplicité de définitions du concept entrepreneuriat, que chacun met l'accent sur un aspect particulier.

La multiplicité des définitions de l'entrepreneuriat peut être expliquée pour deux raisons essentielles. La première est que l'étude de l'entrepreneuriat est influencée par plusieurs disciplines (Landstrom,2007), l'économie, la gestion, la psychologie, la sociologie. La deuxième raison est que le phénomène entrepreneurial est complexe et ambigu.

Selon le chercheur français Thierry Verstraete (2001), l'entrepreneuriat peut être assimilé à une création d'une nouvelle organisation. Dans cette perspective, étudier l'entrepreneuriat revient à étudier la naissance de nouvelles organisations, c'est-à-dire les activités permettant à un individu de créer une nouvelle entité.

L'entrepreneuriat est un phénomène qui combine un individu et une organisation. Cette combinaison est au centre d'une définition de concept de l'entrepreneuriat : *« L'entrepreneuriat est défini comme le champ qui étudie la pratique des entrepreneurs. Il est concerné par leurs activités, leurs caractéristiques, par les effets économiques et sociaux de leurs comportement »* (Filion,1997, p23).

Il apparaît que la multiplicité des définitions ne favorise pas la convergence vers une définition unanime. Dans ce cadre, la recherche dans l'entrepreneuriat a connu en gros trois principales approches (Tournés, 2003).

La première se focalise sur l'étude de l'entrepreneur, ses caractéristiques personnelles et psychologiques. La deuxième s'intéresse aux comportements de l'entrepreneur dans l'exercice de son activité. Dans cette approche la dimension culturelle, sociale, économique et politique est prise en compte. La troisième approche l'entrepreneuriat est identifié par la dimension temporelle et une démarche processuelle, qui combine des variables personnelles et environnementales.

II.1.1.1 Les paradigmes de l'entrepreneuriat

Malgré les difficultés pour la communauté scientifique de s'entendre sur une définition commune de l'entrepreneuriat, l'analyse de la documentation et des travaux de recherche permettent de relever quelques paradigmes, qu'identifient les chercheurs pour cerner le concept de l'entrepreneuriat.

II.1.1.2 Le paradigme de l'opportunité d'affaires

Cette perspective définit l'entrepreneuriat comme la capacité à créer ou à repérer des opportunités et à les exploiter. La capacité de saisir une opportunité constitue un trait qui distingue l'entrepreneur des autres gestionnaires.

Dans les travaux sur les opportunités, deux thèmes principaux de recherche se distinguent. D'une part, comment fonctionne le processus cognitif des entrepreneurs, aidés de leurs organisations, pour trouver et appliquer celles-ci (Busenitz, 1996 ; Mitchell, Busenitz et al, 2007 ; Krueger 2007). D'autre part, plusieurs recherches se sont penchées sur la manière dont se développent ces opportunités, notamment dans l'esprit de la direction des entreprises (Baron, 2006 ; MC Mullen, Plummer et Acs, 2007).

Casson (1991) assimile les opportunités à des « occasions, où de nouveaux biens, services, matières premières et méthodes d'organisation, peuvent être présentés et vendus à un prix plus élevé que leurs coûts de production ».

II.1.1.3 2.2 Le paradigme de la création d'organisation

Ce courant de pensée définit l'entrepreneuriat comme la création d'une organisation par une ou plusieurs personnes (Gartner ,1990 ; Verstraete, 1999, 2002,2003). Le mot organisation a le la même étymologie que le mot organique, soit quelque chose de vivant, qui se transforme continuellement et avant tout sur le plan humain avec cette flexibilité basée sur la formation et l'échange d'information pour justement rencontrer le changement.

2.3 Le paradigme de la création de valeur

Ce courant de pensée définit l'entrepreneuriat comme un phénomène ou un processus créant de la valeur (Ronstad (1984) ; Bruyat (1994) ; Bruyat et Julien (2001)). L'entrepreneuriat est souvent considéré comme moyen de création de richesses et de l'emploi et du développement économique des pays.

2.4 Le paradigme de l'innovation

Ce qui fait que l'innovation est un élément important de l'entrepreneuriat est qu'elle est source de valeur nouvelle liée au développement de l'idée en nouveau produit ou nouveau processus affectant le marché. La valeur ainsi créée correspond à la valeur d'usage ou d'utilité (Kenny et Reedy, 2006). Tous les partisans de ce courant font référence dans leurs écrits à la célèbre citation de Schumpeter (1939) : « *toute tentative de faire les choses différemment dans le domaine de la vie économique devrait être considérée comme une innovation susceptible de fournir un avantage temporaire, et des profits, à la firme* ».

II.2 Rôle et importance de l'entrepreneuriat

La littérature précise que l'esprit d'entreprise contribue à la performance économique en introduisant des innovations en apportant le changement, en créant la concurrence et en

renforçant la rivalité (Wong et al,2005). Selon Kirzner (1980), l'entrepreneuriat est considéré comme le principal moteur de progrès, indiquant que d'ignorer le rôle de l'entrepreneuriat dans le développement serait négliger un mécanisme important dans le processus de croissance.

La recherche de de Wennekers et Thurik (1999) a apporté une contribution significative sur le lien entre l'esprit d'entreprise et la croissance économique, et ont montré les effets des activités entrepreneuriales sur la croissance économique.

Ovascka et Sobel (2005) concluent leur analyse approfondie de la littérature que l'entrepreneuriat est important pour un bon fonctionnement de l'économie de marché saine. L'apport de l'entrepreneuriat à l'économie et la société concernent la création des entreprises, d'emplois, de la valeur ajoutée et de la richesse, la promotion des exportations, le renouvellement et la diversification du tissu socio-économique, et l'innovation. Ainsi la création d'entreprises innovantes est au cœur de l'entrepreneuriat.

II.3 L'entrepreneuriat en Algérie : Evolution historique.

II.3.1 Période de 1962 à 1980 : période de l'économie planifiée

L'Algérie à l'instar de nombreux pays décolonisés a opté pour un modèle de développement socialiste, qui se base sur la planification préalable de la production, par la mise en place d'un vaste secteur public s'étendant pratiquement à tous les secteurs d'activité, selon la stratégie autocentrée dès l'industries industrialisantes.

En 1963, le premier code des investissements a été promulgué avec la création d'une Commission nationale d'Investissement (CNI). Ce code avait pour objet des définir les garanties générales et particulières accordées aux investissements productifs en Algérie. Ce code a eu un faible impact en terme de mobilisation de ressources, et pour pallier aux insuffisances, un deuxième code a été promulgué en 1966. Ce code a pour objet de définir les principes qui fondent l'intervention du capital privé, et les branches d'activités économiques où cette intervention est permise.

Selon cette loi la réalisation des projets d'investissement est réservée à l'Etat, qui peut si nécessaire y associer le privé. On peut conclure que pendant la période postindépendance jusqu'au début des années 1980, il n'y'a pas eu de politique claire et encourageante à l'égard de l'investissement privé.

II.3.2 De 1980 à 1990 : Restructuration du secteur public et début d'ouverture.

Cette période a été marquée par la volonté des pouvoirs publics à l'ouverture vers l'économie de marché. Parmi les réformes économiques engagées, la loi de 1981 sur la structuration organique des entreprises publiques, ayant pour objectif de transformer les grandes sociétés nationales en petites unités spécialisées capables de se gérer de façon autonomes.

En 1982, la loi 82-11 a été promulguée relative à l'investissement économique privé national. A travers cette loi, le secteur privé s'est vu pour la première fois depuis l'indépendance, inscrit dans le cadre des objectifs et priorités prévus dans le plan national de développement. En dépit de certains avantages, son impact reste limité quant à la création de nouvelles entreprises privées. Donc jusqu'à la veille des réformes engagées au début des années 1990, l'investissement économique privé national s'est intégré dans un système planifié intervenant dans le cadre des plans annuels de développement.

II.3.3 La période des années 1990 : la transition vers l'économie de marché

En 1986, avec le choc pétrolier, suivi de la chute du bloc communiste en 1989, une nouvelle idéologie a pris forme qui est fondée sur les règles de l'économie de marché où toutes les entreprises algériennes qu'elles soient publiques ou privées bénéficient désormais des mêmes avantages.

En 1993, l'Algérie a mis en place un nouveau code des investissements libérant les initiatives privées avec la création de l'agence de promotion, de soutien et de suivi des investissements (APSI). Cette loi a mis fin à la distinction public/privé, national /étranger.

II.3.4 La période des années 2000 : L'entrepreneuriat privé comme nouveau paradigme des politiques publiques

Devant les maigres résultats du code des investissements de 1993, les pouvoirs publics en Algérie ont promulgué à la fin de l'année 2001, la loi n° 01-18 du 12 Décembre 2001, portant loi d'orientation sur la promotion de la PME.

Et toujours dans ce contexte, en Algérie, l'orientation en faveur de l'entrepreneuriat est apparue, et une série d'institutions et de structures d'appui à la création d'entreprises ont été créées (ANSEJ, CNAC, ANGEM). Cet intérêt accordé à l'acte d'entreprendre, s'est traduit par la refonte du cadre institutionnel et réglementaire, en adoptant la nouvelle loi d'orientation sur le développement de la petite et moyenne entreprise, il s'agit de la loi n° 17-01 du 10 janvier 2017, qui vient modifier et compléter la loi de 2001. Cette loi prévoit plusieurs mesures en faveur de cette catégorie d'entreprises afin d'impulser une nouvelle dynamique,

elle fixe comme objectifs : l'impulsion de la croissance économique, l'amélioration de l'environnement de la PME.

II.4 Les différents organismes d'accompagnement entrepreneurial en Algérie

Les dispositifs les plus importants d'aide et de soutien pour les porteurs de projets sont l'Agence Nationale d'Appui et de Développement de l'Entrepreneuriat (ANADE, ex ANSEJ), la caisse nationale d'assurance chômage (CNAC), l'Agence Nationale de Gestion du Microcrédit (ANGEM), ainsi que l'Agence Algérienne de Promotion de l'Investissement (AAPI, ex ANDI). Ces institutions sont créées dans le but d'encourager et d'accompagner les porteurs de projets.

II.4.1 L'agence algérienne de promotion de l'investissement (ex ANDI)

L'agence nationale du développement des investissements est venue pour succéder à l'agence de promotion, de soutien et de suivi des investissements (APSI), c'est l'une des nouveautés de l'ordonnance 01-03 du 20 août 2001. Cette agence a pour mission :

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

L'agence de développement de l'investissement (ANDI) est dénommée désormais « agence algérienne de promotion de l'investissement » conformément à la loi n° 22-18 du 27 juillet 2022 relative à l'investissement.

II.4.2 L'agence nationale d'appui et du développement de l'entrepreneuriat (ANADE, Ex ANSEJ)

Créée en 1996, l'ANADE est une institution publique, chargée de l'encouragement, du soutien et de l'accompagnement des jeunes chômeurs porteurs d'idées de projet de création d'entreprises. L'agence a pour missions principales :

- 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 la réglementation en vigueur, les dotations du fonds national de soutien à l'emploi des jeunes, notamment les aides et la bonification des taux d'intérêt ;

- D'assurer le suivi des investissements réalisés par les jeunes promoteurs en veillant au respect des clauses des cahiers de charge qui les tient à l'agence ;
- D'entretenir des relations continues avec les banques et les établissements financiers dans le cadre du montage financier des projets ;
- Encourager toutes formes d'actions et de mesure tendant à promouvoir l'entrepreneuriat.

Pour être éligibles à ce dispositif et bénéficier de l'aide, les jeunes promoteurs doivent remplir les conditions suivantes :

- Être âgé de 19 à 35 ans. Dans des cas exceptionnels l'âge limite peut-être porter à 40 ans ;
- Être titulaire d'un diplôme, d'une qualification professionnelle ou posséder un savoir-faire reconnu ;
- Mobiliser un apport personnel sous forme de fonds propre qui varie selon le type de financement et le niveau d'investissement ; ne pas occuper un emploi rémunéré au moment de l'introduction de la demande d'aide.

II.4.3 La Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC)

Créée en 1994 comme institution publique de sécurité sociale, la CNAC avait pour vocation d'atténuer les effets sociaux consécutifs aux licenciements massifs des travailleurs du secteur économique décidés en application u plan d'ajustement structurel (PAS). À partir de 2004, dans le cadre du plan de soutien à la croissance économique et en application du décret présidentiel n° 03-514 du 30 décembre 2003, la CNAC s'est consacrée en priorité à la promotion de l'entrepreneuriat et de soutien à la création d'entreprises par les chômeurs promoteurs âgés de trente-cinq (35) à cinquante (50) ans (Djebbour, 2019).

II.4.4 L'Agence Nationale de Gestion de Micro-Crédit (ANGEM)

Elle est créée par décret présidentiel n° 04-14 du 22 janvier 2004. Elle s'inscrit dans la stratégie nationale de lutte contre la pauvreté et la précarité. Ce dispositif vise :

- L'amélioration des performances des programmes de lutte contre le chômage et la pauvreté ;
- Donner un essor à la dynamique de création de richesses et de valeur ajoutée ;
- Développer l'esprit d'entrepreneuriat qui remplaçait celui de l'assistanat ;
- Soutenir, conseiller et accompagner les porteurs de projets dans la mise en œuvre de leurs activités ;

- Former les porteurs de projets et les bénéficiaires de microcrédit aux techniques de montage et de gestion d'activités génératrices de revenus.

II.4.5 Les pépinières (incubateurs) d'entreprises

Selon la loi d'orientation sur la promotion des PME N° 01-18, les incubateurs en Algérie ont été définis par le décret exécutif 03-78 du 25 février 2003, portant statut type des pépinières d'entreprises et qui stipule que ces dernières sont des établissements publics à caractère industriel et commercial doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière. Leur mission est de prendre en charge les porteurs de projets innovants et de les accompagner jusqu'à la création de leur start-up.

L'assistance apportée aux promoteurs consiste essentiellement à héberger à durée déterminée les porteurs de projets et offrir les services suivants :

- Des bureaux et locaux à durée déterminée ;
- Un mobilier bureautique et matériel informatique ;
- Offrir les conseils sur le plan financier, juridique et fiscal ;
- Accompagner les promoteurs de projets dans toutes les démarches auprès des institutions financières et fonds d'aide et de soutien ;
- Organiser des cycles de formation au profit des porteurs de projets.

II.4.6 Les incubateurs académiques

Ces dernières années, en Algérie, on assiste à l'implantation des incubateurs au sein des universités et grandes écoles, qui ont pour objet de favoriser le développement de l'environnement de l'entrepreneuriat et faciliter la création d'entreprises et de projets innovants. Et dans le cadre de la politique de promotion de la PME, l'Algérie a mis en place plusieurs incubateurs dirigés par des universités et des centres de recherche.

II.4.7 Les incubateurs technologiques

Les incubateurs technologiques sont destinés essentiellement aux porteurs de projets innovants relevant du domaine des technologies avancées. Dans ce cadre l'agence nationale de promotion et de développement des parcs technologiques (ANPT) est chargée de la prise en charge des porteurs de projets innovants dans le domaine des TIC et leur accompagnement jusqu'à la création de la start-up, et l'instauration d'une culture d'innovation et l'encouragement de l'esprit entrepreneurial à travers une stratégie d'encadrement efficiente et durable.

II.4.8 Les accélérateurs

Pour améliorer l'écosystème des start-ups en Algérie, nous assistons ces dernières années à l'émergence des accélérateurs, qui sont des structures professionnelles d'investissement pour accompagner les start-ups. Des séances de monitoring et des ateliers de coaching et de formation sont organisés au sein des accélérateurs. «Alegria venture» est le premier accélérateur public en Algérie. Créé par décret exécutif n° 20-356 du 30 novembre 2020 portant création de l'établissement de promotion et gestion des structures d'appui aux start-ups et fixant ses missions.

II.4.9 Les centres de facilitations

Selon le décret N° 03-78 du 25 février 2003, les centres de facilitation sont définis comme « des établissements publics à caractère administratif, dotés de la personnalité morale et de l'autonomie financière. Ils offrent une assise aux porteurs de projets à travers l'écoute et l'adaptation de leurs services aux besoins de créateurs d'entreprises et des entrepreneurs ».

Ces centres aident les porteurs de projets et les entrepreneurs à surmonter les obstacles rencontrés et les aider dans le domaine de la formation et la constitution des formalités administratives.

II.4.10 Les maisons de l'entrepreneuriat

En collaboration avec l'agence nationale de soutien à l'emploi de jeunes (ANSEJ, actuellement ANADE), plusieurs universités algériennes ont créé une maison de l'entrepreneuriat. L'objectif assigné à la maison d'entrepreneuriat est d'initier la communauté étudiante aux réalités de la création d'entreprises et lui permettre de développer son potentiel entrepreneurial. Les actions de la maison de l'entrepreneuriat contribuent à susciter l'éveil entrepreneurial des étudiants à travers l'organisation des journées d'information et de sensibilisation, et l'élaboration des programmes de formation à la création et la gestion des entreprises.

Conclusion

En conclusion, les dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie jouent un rôle important dans le soutien et le développement de l'entrepreneuriat dans le pays. Ces dispositifs sont conçus pour encourager les individus et les entrepreneurs à concrétiser leurs idées et à créer des entreprises prospères.

L'Algérie offre une variété de mesures d'incitation et de soutien pour les créateurs d'entreprise, notamment des avantages fiscaux, des subventions, des prêts à taux préférentiels, des programmes de formation et d'accompagnement, ainsi que des incubateurs et des pépinières d'entreprises. Ces dispositifs visent à réduire les obstacles financiers, à faciliter l'accès aux ressources et à fournir une assistance technique pour aider les entrepreneurs à démarrer et à développer leurs activités.

De plus, des structures institutionnelles, telles que l'Agence Nationale de Développement de la PME (ANDPME) et la Chambre de Commerce et d'Industrie (CCI), sont en place pour fournir des services d'information, d'orientation et d'accompagnement aux entrepreneurs. Elles jouent un rôle essentiel dans la coordination des dispositifs d'aide et dans la promotion d'un environnement favorable à la création d'entreprise.

Cependant, d'autres structures telles que l'ANADE, ANDI, ANGEM et CNAC sont aussi importantes dans ce dispositif. Il est important de noter que malgré ces dispositifs d'aide, des défis subsistent, tels que la bureaucratie, la complexité administrative et la disponibilité limitée des financements. Il est donc essentiel de continuer à améliorer ces dispositifs, à simplifier les procédures et à renforcer les mécanismes de suivi et d'évaluation pour assurer leur efficacité et leur pertinence.

En fin de compte, les dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie offrent des opportunités précieuses aux entrepreneurs en leur fournissant les ressources, les connaissances et le soutien nécessaires pour réussir. En combinant ces dispositifs avec une planification rigoureuse, une gestion efficace et une persévérance, les entrepreneurs algériens ont de bonnes chances de transformer leurs idées en entreprises prospères, contribuant ainsi à la croissance économique du pays et à la création d'emplois.

CHAPITRE III

Projet de création d'entreprise : Cas SARL FROMA

CHAPITRE III

**PROJET DE CREATION D'ENTREPRISE : CAS SARL
FROMA**

III.1 Présentation de l'organisme d'accueil (BNA)

La BNA créée par l'ordonnance n° 66-178 du 13 juin 1966 était directement placée sous tutelle de l'Etat à travers le ministre des finances jusqu'à la promulgation de la loi 88-11 du 12 janvier 1988, date à laquelle la BNA devient une entité juridique autonome dotée du statut d'entreprise publique économique (EPE).

En fait, la première banque commerciale qui a été créée fut la BNA qui a repris, dès sa création, les éléments patrimoniaux et activités des établissements bancaires étrangères suivantes :

- Crédit foncier d'Algérie et de Tunisie ;
- Banque de Paris et des Pays bas ;
- Banque nationale pour le commerce et l'industrie « Afrique » ;
- Crédit industriel et commercial ;
- Comptoir national d'escompte de Paris.

La BNA avait l'exclusivité et le monopole du financement du secteur agricole socialiste et traditionnel. Cette spécialisation découle du souci des pouvoirs publics à apporter au secteur autogéré agricole, l'aide dont il avait besoin pour se développer et tendre à une production optimale, spécialisation déléguée par la suite à la banque de l'agriculture et du développement rural (BADR) depuis mars 1982 après la structuration de la BNA.

L'application des réformes de la loi 90-10 du 14 avril 1990, et la situation culminante des performances de l'institution, satisfaction du conseil de la monnaie et du crédit (CMC) du 5 septembre 1995, la BNA.

III.1.1 Présentation de l'agence BNA 587

En se référant à la loi n° 1741 du 10 novembre 1997, l'agence BNA 587 est une agence catégorie « C » pouvant ? sous réserve du respect de la réglementation bancaire en vigueur, effectuer toute opération de banque au sens de la loi de monnaie et du crédit.

Le siège social de l'agence 587 se trouve à Bejaia, son capital social est d'une valeur de 14 milliards de dinars, souscrit par l'Etat, et compte plus de 15 employés.

Parmi ses objectifs, elle vise :

- L'amélioration du système d'information de la BNA ;
- L'amélioration du fonctionnement des réseaux d'exploitation ;
- Une meilleure maîtrise des risques en matière d'octroi et de gestion des crédits.

Pour cela l'agence 587 de Bejaia, doit par ces moyens d'accueil et de traitement, dont elle dispose, être en mesure de satisfaire la clientèle, quel que soit sa nature et son secteur.

En outre elle est tenue de traiter les opérations du commerce extérieur ; requises de recevoir, d'étudier et de mettre en place les crédits dans la limite de ses pouvoirs et d'assurer la gestion et le suivi de ceux-ci.

L'agence 587 de Bejaia s'est dotée du modèle d'organisation qui est présenté par l'organigramme ci-dessous.

Analyse et interprétation des résultats

III.1.2 Présentation de l'idée du projet et du promoteur

III.1.2.1 Identification du projet

Le projet est la création d'une nouvelle ligne de production de fromage fondu dont le coût total s'élève à 333 604 000 DA et une capacité de production théorique de 56 000 litres/jours. Ce projet vise à satisfaire la demande du consommateur qui ne cesse d'augmenter sur le marché, notamment dans la région.

Le projet sera implanté à la zone industrielle d'Elkseur, sur le terrain d'une superficie totale de 2 500 m².

Les utilités nécessaires à la mise en œuvre du projet (eau, électricité, téléphone, etc.) et aussi les routes.

III.1.2.2 Impact du projet

L'objectif des promoteurs sera de se positionner davantage dans l'environnement socio-économique, tant local que national.

Sur le plan social, la mise en œuvre du projet contribuera d'une façon substantielle à la résorption du chômage par la création de (22) postes d'emploi permanents. De plus, le projet vise la satisfaction des besoins de la population locale en matière de lait et de ses produits dérivés (produits envisagés).

Sur le plan économique, le projet contribuera à la substitution aux importations, d'une part, et au renforcement, sur le plan local, des infrastructures existantes en y apportant une exploitation qui créera des richesses au profit de la commune (ressources fiscales), d'autre part.

Sur le plan environnemental, les installations sont équipées de technologies récentes adaptées aux exigences de la vie moderne en tenant compte de la qualité de l'environnement.

III.2 Faisabilité technico-économique du projet

III.2.1 L'analyse du marché

III.2.1.1 La situation de l'offre

L'offre actuelle de lait et produits laitiers est presque exclusivement représentée par les productions des unités publiques, dont les capacités de production n'ont pas suivi l'évolution de la demande.

Nous constatons l'émergence d'un outil de production privée, d'une capacité de 50.000 litres de lait par jour, mais son poids reste faible pour le moment.

L'offre actuelle, globale et quotidienne, de ces laiteries atteint 1.200.000 litres de lait par jour.

III.2.1.2 La situation de la demande

Le marché visé est d'une dimension régionale, la SARL FROMA espère ainsi couvrir les besoins en produits laitiers de la région de Bejaia et ceux des Wilayas limitrophes (Bouira et Tizi-Ouzou). Elle cible une population de l'ordre de 6 000 000 habitants (source ONS).

Sur la base d'une consommation d'une consommation de 0.30 litres par jour pour chaque habitant, la demande serait donc à l'ordre de 1 800 000 litres de lait par jour.

III.2.1.3 L'adéquation de l'offre et de la demande

III.2.2 L'analyse commerciale

III.2.2.1 Le produit

Avec l'unité de production envisagée, l'entreprise va produire et commercialiser ainsi les produits suivants :

- ❖ Fromage fondu en barre (barre d'un KG) ;
- ❖ Fromage fondu en portion (boîte de 8,16 et 24 portions)

Ces produits devant être réalisés par l'entreprise dans le cadre de son projet sont des produits de large consommation touchant d'une part le large public à revenu modeste et d'autre part les commerçants évoluant dans le cadre des alimentations générales et de la nourriture rapide (Pizzeria, Fast Food), ce qui facilitera leur écoulement et permettra de réaliser d'excellents chiffres d'affaires.

III.2.2.2 La politique des prix

Quant aux produits envisagés, les promoteurs souhaitent pratiquer les prix de cession suivants :

- ❖ Fromage fondu en barre : 200,00 DA / KG ;
- ❖ Fromage fondu en portion : 58,00 DA / boîte.

III.2.2.3 La distribution

III.2.2.4 Les moyens de distribution

Le fromage fondu est rapidement refroidi dès sa fabrication et ramené à une température située entre de 2° C et 6° C.

Pour préserver les qualités organoleptiques du fromage commercialisé ainsi que leurs vertus nutritionnelles, ces températures doivent être respectées aux différentes étapes de la distribution, à savoir :

- Dans les camions ou les camionnettes de livraison de l'usine aux détaillants.
- Dans les magasins de détail, grandes surfaces ou commerces traditionnels équipés de chambres froides ou comptoirs frigorifiques.
- Enfin chez les consommateurs (réfrigérateurs).

Pour ces raisons le projet est doté, au sein de l'usine, d'une chambre de stockage à la température de 2 °C à 6 °C. Il est aussi prévu l'acquisition de deux véhicules de transport réfrigéré pour assurer la livraison aux commerçants de détail et les grandes surfaces.

III.2.3 L'analyse technique

III.2.3.1 Le processus de production

Afin de mieux assimiler l'activité de l'entreprise, nous avons jugé important de présenter les différents processus de fabrication des fromages.

La fabrication du fromage fondu

Les techniques de fabrication varient selon la variété de fromage désiré, mais les principes de base sont quasi toujours les mêmes. A cet effet, la diversité de couleurs, de consistance, de saveur, et d'arômes des fromages est liée à l'importance de chacune des cinq grandes étapes de l'élaboration des fromages.

Ainsi, les différents points suivants résument les principales étapes de constitution du fromage :

A/ Le caillage

Le lait, qui peut être de vache, de chèvre, de brebis ou bien tout simplement un lait reconstitué (après les différentes étapes de fabrication du lait pasteurisé) est d'abordensemencé avec de la *présure* et des *ferments lactiques*. La présure est une enzyme naturelle extraite de l'estomac du veau.

La présure provoque la *coagulation* du lait. Les ferments lactiques donnent le goût typique, le parfum. Ils font la personnalité du fromage. De cette première opération naît une masse solide, le caillé, baignant dans le liquide résiduel, le sérum.

A/ L'égouttage

Il consiste à séparer le sérum du caillé. Il s'opère spontanément mais est accéléré et amélioré par le brassage, le découpage et le pressage. Ces opérations conditionnent la qualité et la conservation du fromage.

Le découpage est d'une très grande importance.

Découpé en petits grains, le caillé conduira par exemple à la fermentation d'une patte lisse ; découpé en grains plus gros, il donnera naissance à un produit plus acide.

A. Le moulage

Le caillé est pressé dans des toiles cerclées de bois ou d'un autre matériau, ou encore dans des moules perforés. Le fromage adopte ainsi sa forme définitive et un maximum de sérum est expulsé.

C/ Le salage

En maîtrisant le développement des micro-organismes, le salage va révéler la saveur propre du fromage. Le fromage lui-même est plongé dans un bain de saumure (eau saturée de sel). Le sel va donner au caillé l'aspect et le goût final du fromage et il va surtout favoriser la formation de la croûte.

D/ L'affinage

C'est un art qui consiste à conduire la maturation du fromage. Dans la cave où l'humidité, température et aération sont spécialement étudiées, les fromages vont mûrir. Le caillé va devenir pâte, prendre goût et odeur.

2.3 Evaluation financière du projet

2.3.1 L'analyse des coûts de l'investissement :

Le coût global du projet à réaliser (autrement dit, le montant des investissements s'élève à : 228 832 KDA.

Tableau n° 1

Le tableau suivant résume les différentes rubriques de l'investissement envisagé.

Coûts prévisionnels de réalisation du projet en KDA			
Rubriques	Locaux en MDA	Importé contrevaletur en MDA	Totaux en MDA
frais préliminaires	500		500
génie civil	34 718		34 718
équipement de production		150 000	150 000
frais de montage en Algérie	3 000		3 000
droits de douanes et frais de transit	11 100		11 100
divers et imprévus	9 966		9 966
besoin en fonds de roulement	19 548		19 548
TOTAL	78 832	150 000	2282

Source : document de la banque

III.2.4 La structure de financement

Le promoteur envisage d'apporter une participation en numéraire d'un montant égale à **78 832 KDA** correspondant ainsi aux différentes rubriques de l'investissement à envisagé (frais préliminaires, génie civil, frais de montage et droits de douanes... etc.) soit **34%** du coût global du projet à réaliser.

Le promoteur souhaiterait obtenir, pour la réalisation de son projet, un financement bancaire à hauteur de **66%** du coût du projet restant, soit un montant de **150 000 KDA**.

Le projet tel qu'il est conçu, présente des perspectives très encourageantes étant donné que le promoteur est assez expérimenté dans le domaine des produits alimentaires. L'étude de la viabilité a su démontrer le sérieux de l'entreprise désirant initier le projet.

III.2.4.1 Etude de la rentabilité financière

- **La structure de financement**

Le tableau suivant recense l'apport du promoteur et l'emprunt que le promoteur souhaiterait avoir :

Tableau n° 2 : Sheema de financement

SCHEMA DE FINANCEMENT				
<i>Rubriques</i>	<i>N</i>	<i>N+1</i>	<i>N+2</i>	<i>N+3</i>
Apport	33 611	50 855	2 058	2 058
Crédit		150 000		
Total	33 611	200 855	2 058	2 058

Source : document de la banque

Le financement de la banque est destiné à l'importation des équipements de production.

- **L'échéancier de remboursement**

Tableau n° 3 : ECHEANCIER DE REMBOURSEMENT (en KDA)

ECHEANCIER DE REMBOURSEMENT (en KDA)						
<i>Rubriques</i>	<i>N+1</i>	<i>N+2</i>	<i>N+3</i>	<i>N+4</i>	<i>N+5</i>	<i>N+6</i>
Encours	150 000	150 000	120 000	90 000	60 000	30 000
Principal		30 000	30 000	30 000	30 000	30 000
Intérêts (6,5 %)	9 750*	9 750	7 800	5 850	3 900	1 950
Annuité	9 750	39 750	37 800	35 850	33 900	31 950

Source : document de la banque

Remarque : Mais, vu le planning de réalisation qu'il a présenté, nous avons jugé plus raisonnable et rationnel de mettre en place le crédit la deuxième année de réalisation. Ainsi, nous avons jugé qu'une année de différé est largement suffisante comme le confirme l'étude menée ci-dessous. Notre première étude de rentabilité après financement correspond aux conditions précédentes c'est-à-dire six (06) ans de crédit dont une année de différé de paiement.

- **Le tableau d'amortissement**

Le tableau suivant présente l'ensemble des nouvelles dotations aux amortissements de l'entreprise FROMA et ce après intégration et amortissement des intérêts intercalaires qui représentent, comme cela a déjà été dit, les intérêts payés pendant la période de dxifféré.

Frais du personnel	15 060	15 060	15 060	15 060	15 060	15 060	15 060	15 060	15 060	15 060
Impôts et taxes					22 540	22 540	22 540	22 540	22 540	22 540
Excédent brut d'exploitation	60 459	70 528	80 597	80 597	58 057					
Frais divers	2 940	3 430	3 920	3 920	2 824	2 824	2 824	2 824	2 824	2 824
Frais financiers	9 750	7 800	5 850	3 900	1 950					
Dotations aux amortissements	28 871	28 871	28 871	25 621	25 621	23 528	23 528	23 528	23 528	23 524
Résultat brut d'exploitation	18 898	30 427	41 956	47 156	27 662	31 705	31 705	31 705	31 705	31 709
IBS (30 %)					8 299	9 511	9 511	9 511	9 511	9 513
Résultat de l'exercice	18 898	30 427	41 956	47 156	19 363	22 193	22 193	22 193	22 193	22 196
CAF	47 769	59 298	70 827	72 777	44 984	45 721	45 721	45 721	45 721	45 720
Dividendes distribués				9 431	3 873	4 439				

Source : document de la banque

Commentaire

Après la prise en compte du schéma de financement, le résultat et la CAF ont diminué. La diminution du résultat net est plus sensible durant les 03 premières années d'exploitation à cause de l'amortissement des intérêts intercalaires et l'importance des frais financiers.

- **Le tableau emplois / ressources après financement**

Tableau n° 6 : TCR APRES FINANCEMENT (en KDA)

TABLEAU EMPLOIS/RESSOURCES (en KDA) APRES FINANCEMENT												
Rubriques	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5	N+6	N+7	N+8	N+9	N+10	Total

<i>Ressources</i>												
Fonds propres	33 611	50 855	2 058	2 058								
Emprunts		150 000										
CAF			47 769	59 298	70 827	72 777	44 984	45 721	45 721	45 721	45 721	45 720
Récupération du BFR												19 548
VRI												44 940
TOTAL RESSOURCES	33 611	200 855	49 827	61 356	70 827	72 777	44 984	45 721	45 721	45 721	45 721	110 208
<i>Emplois</i>												
Investissement initial	33 611	175 673										
Variation du BFR		15 432	2 058	2 058								
Intérêts intercalaires		9 750										
Remboursement de l'emprunt			30 000	30 000	30 000	30 000	30 000					
Dividendes distribués						9 431	3 873	4 439	4 439	4 439	4 439	4 439
TOTAL EMPLOIS	33 611	200 855	32 058	32 058	30 000	39 431	33 873	4 439				
Flux de trésorerie	-	-	17 769	29 298	40 827	33 345	11 112	41 283	41 283	41 283	41 283	105 769
Cumul des flux	-	-	17 769	47 067	87 893	121 239	132 350	173 633	214 916	256 198	297 481	228232

Source : document de la banque

III.3 Récapitulatif de la procédure de financement

Il y a deux étapes à suivre dans le cadre d'un financement « banque-ANADE ». Ces étapes se déroulent comme suit :

III.3.1 Etape de réception du dossier

- Le chef de service crédit de la banque BNA réceptionne le dossier déposé par l'accompagnateur de l'organisme chargé des dispositifs ou du GE préalablement déposé par l'accompagnateur de l'organisme chargé des dispositifs contre accusé de réception.
- En deuxième lieu, il s'assure que les documents exigés sont fournis dans le dossier et accuser réception pour les dossiers complets réceptionnés par l'agence.

III.3.2 Etape de l'étude du dossier de crédit ANADE

Le chargé d'étude crédit au niveau de la BNA, dans cette étape, fait les tâches suivantes :

- Réceptionner le dossier complet (dossier ANADE)
- S'assurer de la régularité et l'exhaustivité des documents de l'étude présentée et compléter la check-list.
- Etablir une fiche de présentation reprenant les informations fournies dans le dossier appuyé par un avis.
- Soumettre l'avis et la fiche de présentation au chef de service crédit pour revue et avis.

Le chef de service crédit fait les tâches suivantes :

- Vérifie la cohérence de la présentation effectuée par le chargé d'étude et émettre un avis.

- Soumettre au comité de crédit le dossier du client pour avis ou décision.

Conclusion

L'analyse de la rentabilité avant et après financement ainsi que le diagnostic apporté aux différents critères de rentabilité nous a permis de conclure que le projet envisagé est en mesure de générer une rentabilité quasi-certaine et par conséquent un enrichissement pour les différents associés de l'entreprise. L'étude du dossier aussi menée, montre que le projet de création de l'unité de production du fromage fondu de la laiterie FROMA et se localisant dans la région d'Elkseur ,est un projet *économiquement viable et financièrement rentable*.

A cet effet, nous sommes d'avis favorable pour un accord de principe pour le financement du projet par un CMT équipement d'un montant de 150 000 KDA des conditions de financement de *6 ans (06) de crédit dont une (01) année de différé de paiement*.

CONCLUSION GÉNÉRALE

CONCLUSION GÉNÉRALE

En conclusion, l'étude d'un dossier de crédit bancaire avec l'Agence Nationale de Développement de l'Entreprise (ANADE) revêt une importance cruciale pour les entrepreneurs en quête de financement pour leurs projets. L'ANADE joue un rôle essentiel dans l'évaluation des demandes de crédit, en s'assurant de la viabilité et de la rentabilité des projets.

L'étude d'un dossier de crédit bancaire avec l'ANADE implique une analyse approfondie des éléments clés du projet, tels que le plan d'affaires, les études de marché, les projections financières et la capacité de remboursement. L'ANADE s'attache à évaluer la crédibilité et la faisabilité du projet, ainsi que la solvabilité de l'entrepreneur.

Le processus d'étude d'un dossier de crédit avec l'ANADE peut être rigoureux, impliquant une collecte minutieuse des informations nécessaires, une analyse des risques potentiels et une

évaluation de la pertinence du projet par rapport aux politiques et aux critères de l'agence. L'objectif est de s'assurer que les fonds sont alloués de manière responsable et que les projets soutenus ont de bonnes chances de réussir.

Il est important de souligner que l'ANADE ne se limite pas seulement à l'étude des dossiers de crédit, mais offre également un accompagnement et un suivi aux entrepreneurs tout au long de la réalisation de leur projet. Cela peut inclure des conseils en matière de gestion financière, des formations, des services de mentorat et une assistance technique.

L'étude d'un dossier de crédit bancaire avec l'ANADE offre aux entrepreneurs une opportunité précieuse d'accéder à des financements et de concrétiser leurs ambitions entrepreneuriales. Cependant, il est essentiel de se préparer minutieusement en fournissant des informations complètes, en démontrant la rentabilité et la faisabilité du projet, et en se conformant aux exigences et aux critères de l'agence.

En somme, l'étude d'un dossier de crédit bancaire avec l'ANADE permet aux entrepreneurs d'obtenir un soutien financier crucial pour leurs projets. C'est une étape importante qui exige une planification minutieuse, une documentation complète et une collaboration étroite avec l'ANADE pour maximiser les chances de succès.

L'étude d'un dossier de crédit avec la Banque Nationale d'Algérie (BNA) revêt une importance capitale pour les entrepreneurs à la recherche de financement. La BNA joue un rôle clé dans l'évaluation des demandes de crédit et dans l'analyse de la solvabilité des emprunteurs.

L'étude d'un dossier de crédit avec la BNA implique une analyse approfondie des différents aspects du projet, tels que le plan d'affaires, les projections financières, les garanties proposées et la capacité de remboursement. La BNA s'attache à évaluer la viabilité et la rentabilité du projet, ainsi que la crédibilité et la solvabilité de l'emprunteur.

Le processus d'étude d'un dossier de crédit avec la BNA « que nous avons vu » peut-être rigoureux, avec une collecte minutieuse des informations nécessaires, une évaluation des risques potentiels et une vérification de la conformité aux critères et aux politiques de la banque. L'objectif est de s'assurer que les fonds sont alloués de manière responsable et que les projets soutenus ont de bonnes perspectives de succès.

Il est important de souligner que la BNA ne se limite pas uniquement à l'étude des dossiers de crédit, mais offre également un soutien et un accompagnement aux entrepreneurs tout au long

de leur parcours. Cela peut inclure des conseils financiers, des services de gestion de trésorerie, des solutions bancaires adaptées et un suivi continu pour assurer le bon déroulement du projet.



ANNEXES

ANNEXES



BIBLIOGRAPHIE

BIBLIOGRAPHIE

Articles de revues

- Djebbour, M. (2019). Factors Influencing Entrepreneurial Intention among Algerian University Students. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 8(1), 8. doi: 10.1186/s13731-019-0103-4

- Maâlej, M. (2018). Determinants of Entrepreneurial Intentions in Algeria: The Role of Individual, Social, and Institutional Factors. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 10(3), 366-384. doi: 10.1108/JEEE-12-2017-0070
- Zelmat, M., & Saidouni, D. (2017). Entrepreneurship in Algeria: Barriers and Motivations. *European Journal of Business and Social Sciences*, 6(10), 85-95.
- Ghenimi, A., & Guerraoui, K. (2016). Entrepreneurial Intentions among University Students in Algeria: An Exploratory Study. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(3), 887-903. doi: 10.1108/JSBED-10-2014-0159
- Tafat, M. (2013). Entrepreneurship in Algeria: Analysis of the Perception of University Students. *Journal of Business Studies Quarterly*, 4(2), 67-80.



TABLE DES MATIÈRES

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION GÉNÉRALE	10
I. CHAPITRE I.....	14
I.1 Les étapes primordiales à la viabilité du projet de création d'entreprise.....	14
I.1.1 L'idée	14
I.1.2 L'analyse commerciale	15
I.1.3 L'analyse du secteur d'activité.....	17
I.1.4 L'analyse technique	19

I.1.5	L'analyse des coûts.....	20
I.2	Les étapes primordiales pour l'étude de la rentabilité financière d'un projet de création d'entreprise.....	21
I.2.1	La durée de vie de l'investissement et le niveau de production	21
I.2.2	L'Etablissement du tableau des flux de trésorerie.....	22
I.2.3	Les critères de rentabilité d'un investissement et leur appréciation	22
II.	CHAPITRE II.....	27
II.1	L'entrepreneuriat comme nouvelle stratégie de relance économique.....	27
II.1.1	Cadre conceptuel et paradigmes de l'entrepreneuriat.....	27
II.2	Rôle et importance de l'entrepreneuriat	29
II.3	L'entrepreneuriat en Algérie : Evolution historique.	30
II.3.1	Période de 1962 à 1980 : période de l'économie planifiée.....	30
II.3.2	De 1980 à 1990 : Restructuration du secteur public et début d'ouverture.	31
II.3.3	La période des années 1990 : la transition vers l'économie de marché	31
II.3.4	La période des années 2000 : L'entrepreneuriat privé comme nouveau paradigme des politiques publiques.....	31
II.4	Les différents organismes d'accompagnement entrepreneurial en Algérie	32
II.4.1	L'agence algérienne de promotion de l'investissement (ex ANDI)	32
II.4.2	L'agence nationale d'appui et du développement de l'entrepreneuriat (ANADE, Ex ANSEJ)	32
II.4.3	La Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC)	33
II.4.4	L'Agence Nationale de Gestion de Micro-Crédit (ANGEM).....	33
II.4.5	Les pépinières (incubateurs) d'entreprises	34
II.4.6	Les incubateurs académiques.....	34
II.4.7	Les incubateurs technologiques	34
II.4.8	Les accélérateurs	35
II.4.9	Les centres de facilitations	35
II.4.10	Les maisons de l'entrepreneuriat	35
III.	CHAPITRE III.....	38
III.1	Présentation de l'organisme d'accueil (BNA)	38
III.1.1	Présentation de l'agence BNA 587	39
III.1.2	Présentation de l'idée du projet et du promoteur	39
III.2	Faisabilité technico-économique du projet	40
III.2.1	L'analyse du marché	40
III.2.2	L'analyse commerciale.....	41
III.2.3	L'analyse technique	42
III.2.4	La structure de financement.....	43

III.3	Récapitulatif de la procédure de financement	47
III.3.1	Etape de réception du dossier	47
III.3.2	Etape de l'étude du dossier de crédit ANADE	47
CONCLUSION GÉNÉRALE		49

Résumé

Pour lancer un projet de création d'entreprise, il est indispensable de suivre des étapes bien définies.

Le respect de certaines méthodes favorise les chances de réussite et de succès. Ces méthodes doivent assurer que le projet est techniquement viable et financièrement rentable.

Ces études seront en mesure de déceler les points forts et les points faibles de l'affaire. Pour faire l'étude de faisabilité technico-économique et de l'évolution financière du projet, nous avons effectué un stage pratique au sein de la banque BNA de Bejaia.

L'étude de dossier montre que le projet d'investissement de création de l'unité de production du fromage est un projet économiquement viable et financièrement rentable.

Les mot clé : entrepreneuriat _projet_viability_rentabilité financière_idée.

Abstract

To launch a new business project, it is essential to follow clearly defined steps. Adherence to certain methods will increase the chances of success.

These methods must ensure that the project is technically viable and financially profitable these studies will identify the strengths and weaknesses of the project.

To carry out the technical and economic feasibility study and the financial evaluation of the project, we carried out a practical internship at BNA bank in Bejaia

The case study shows that the investment project to create a cheese production unit is economically viable and financially profitable.

Translated with www.DeepL.com/translator(free version)

Key words: entrepreneurship_project_viability_financial profitability idea.