

# L'entrepreneuriat en Algérie

## 2. Les caractéristiques des entreprises en Algérie:

### 1-Situation à la fin de l'Année 2019

A la fin de l'année **2019**, la population globale des PME s'élève à **1 193 339** entités dont plus de **56% sont constituées de personnes morales**, parmi lesquelles on recense **243** Entreprises Publiques Economiques (EPE). Le reste est composé de personnes physiques (**43.73%**), dont près de **21%** des professions libérales et 23% sont des activités artisanales.

Tableau 1 Population globale des PME à fin 2019

	<i>Types de PME</i>	<i>Nbre de PME</i>	<i>Part (%)</i>
<b>1.</b>	<b>PME privées</b>		
	Personnes morales*	671 267	56,25
	Personnes physiques** dont :	52 1829	43,73
	<i>Professions libérales</i>	247 275	20,72
	<i>Activités artisanales</i>	274 554	23,01
<b>2</b>	<b>Personnes publiques*</b>		
	Personnes morales	243	0,02
	S/Total 2	243	0,02
	<b>Total</b>	<b>1 193 339</b>	100,00

Source :\*CNAS/\*\*CASNOS/\*\*\*/ECOFIE

## 2. Les caractéristiques des entreprises en Algérie:

### 2.1 Par taille

A la fin de l'année 2019, la population globale de la PME est composée de 97% de Très Petite Entreprise TPE (effectif de moins de 10 salariés) qui demeure fortement dominante dans le tissu économique, suivie par la Petite Entreprise PE avec 2,6% et la Moyenne Entreprise ME avec 0,4%.

Tableau 2 typologie des PME

<i>Type des PME</i>	<i>Nombre de PME</i>	<i>%</i>
TPE (effectif de moins de 10 salariés)	1 157 539	97
PE (effectif entre 10 et 49 salariés)	31 027	2,6
ME (effectif entre 50 et 249 salariés)	4 773	0,4
Total	1 193 339	100

## 2. Les caractéristiques des entreprises en Algérie:

### Répartition des PME privées par secteur d'activité

Le nombre total des PME privées à fin 2019 est de 1 193 096. Les PME privées se concentrent au niveau du secteur des **services** (le transport en particulier), **l'Artisanat** et le **BTPH** (le bâtiment en particulier).

	<i>Secteurs d'Activité</i>	<i>Nombre</i>	<i>Part en (%)</i>
I	Agriculture	7387	0,62
II	Hydrocarbures, Energie, Mines et services liés	3064	0,26
III	BTPH	190155	15,94
IV	Industries manufacturières	103621	8,69
V	Services y compris les professions libérales	614315	51,49
VI	Artisanat	274554	23,01
	<b>Total Général</b>	<b>1 193 096</b>	<b>100,00</b>

Source : CNAS/CASNOS

### **3. Les dispositifs d'aide à la création en Algérie:**

**3.1. L'ANADE: Agence Nationale d'Appui et de Développement de l'Entreprenariat**

**3.2. L'ANGEM: agence nationale de la gestion du micro-crédit**

**3.3. CNAC : caisse nationale d'assurance chômage**

**3.4. L'ANDI: agence nationale d'aide à l'investissement**

**3.5. L'entrepreneuriat par incubation**

### **4. Les initiatives privées:**

**4.1. L'académie algérienne de l'entrepreneuriat**

**4.2. L'algérienne start-up initiative**

**4.3. INJAZ**

## 5. Les contraintes entravant l'entrepreneuriat en Algérie

### 5.1. Les procédures liées à la création de l'entreprise

Indicateurs	ALGÉRIE	Maroc	Tunisie	France	Meilleure performance
Création d'entreprise (rang)	<b>153</b>	93	56	25	Nouvelle Zélande
Nombre de procédures	<b>14</b>	6	10	5	Canada
Nombre de jours	<b>25</b>	12	11	7	Nouvelle Zélande

**La lenteur administrative constitue l'une des difficultés majeures dans le processus de création**

## 5.2. Les droits de propriété intellectuelle

L'enregistrement des droits de propriété prend **48 jours**, et comprend **10 procédures**.

Indicateurs	Algérie	Maroc	Tunisie	France
Facilité d'enregistrement des droits de propriété (rang)	<b>167</b>	144	65	149

## 5.3. L'accès au financement

- Difficultés en terme de garanties;
- Exigences et procédures administratives trop longues et compliquées;
- L'aversion des banques aux risques à cause du taux de recouvrement très faible;

<b>L'octroi de crédit</b>	<b>la protection des investisseurs</b>	<b>le paiement des taxes</b>
<b>150<sup>ème</sup></b>	<b>79<sup>ème</sup></b>	<b>164<sup>ème</sup></b>

#### **5.4.contraintes liées au marché**

- La non disponibilité ou rareté des matières premières;**
- Faire face a la concurrence des produits étrangers ;**

#### **5.5.contraintes liées au foncier industriel**

- Manque et mauvaise gestion des ZAC et ZI;**

## 6. Les entrepreneurs Algériens (typologie de Madoui et Gillet)

### 6.1. Les reconvertis ou anciens cadres

Les propriétaires-dirigeants **issus du secteur public** (directeurs, gestionnaires, administratifs, techniciens, ingénieurs, etc.) qui sont passés par **opportunité** dans le secteur privé en créant leur entreprise soit seuls ou en s'associant à des porteurs de capitaux (amis ou membre de la famille).

Ces derniers sont **âgés de plus de 50 ans** et ils ont un **niveau de formation initial élevé, égal au baccalauréat** – obtenu le plus souvent dans **des filières techniques**. Ils ont bénéficié au cours de **leur carrière**, de plusieurs **formations continues** qui représentent un atout supplémentaire à leur **expérience et à leur savoir et savoir-faire**. De plus ils ont su créer **un réseau relationnel** qui constitue un atout pour le lancement et le développement de leurs entreprises.



## 6.2. Les contraintes ou les ouvriers

Contrairement aux reconvertis (cadres), leur passage au secteur privé ne s'explique ni par opportunité ni par choix personnel, mais au contraire par une **contrainte engendrée par un licenciement ou une situation de chômage qui perdure.**

Avec un **niveau d'instruction moyen ou faible** (souvent collégiens) et un âge se situant entre **45 et 50 ans**, cette catégorie de propriétaire-dirigeant, ont choisi pour la plupart de créer leur entreprise dans un **secteur proche de leur domaine de compétences**, en mobilisant leurs **économies personnelles ou familiales.**



## 6.3. Les migrants

Leur **retour en Algérie** s'est effectué principalement dans le début des années 80, période qui correspond aux **lois d'ouverture économique** qui ont institué l'ouverture du capital aux entreprises privées.

Ces nouveaux propriétaires-dirigeants ; **en apportant une longue expérience professionnelle** (en tant que commerçant, ouvrier, ingénieurs, etc.) et surtout suffisamment **d'argent constituant le capital de leur propre affaire**, ont vu de l'investir dans leur pays natal (l'Algérie), **une opportunité de réussite favorables.**



## 6.4. Les héritiers

Ce groupe se caractérise par la présence dans la famille d'une longue tradition commerçante et entrepreneuriale qui remonte parfois à plusieurs générations.

- ❑ Patrons ayant pris **la relève de l'entreprise familiale** vers 45 et 50 ans. Ou ils ont **acquis une expérience professionnelle**. Ils ont un **niveau de formation initiale plutôt faible**. Leur motivation initiale est de **pérenniser leur entreprise** dans le but de **perpétuer les traditions** du travail déjà instaurées.
- ❑ **Jeunes patrons** qui ont repris ou **hérité** de leurs parents **l'entreprise familiale**. Âgés de **25 à 30 ans, plus instruits et plus qualifiés**, ils ont introduit de **nouveaux comportements** en utilisant plus de techniques de **management moderne**.
- ❑ **Jeunes propriétaires-dirigeants** qui ont **créé leur propre affaire** grâce à **l'aide de leur père** (capital financier, social, savoir-faire. Leur motivation principale est **d'être autonome et indépendant**. Tout en poursuivant la **trajectoire entrepreneuriale du père**. Ainsi, ils se distinguent des pratiques de leur père en intégrant **diverses innovations**.



## 6.5. Le propriétaire de tradition entrepreneuriale

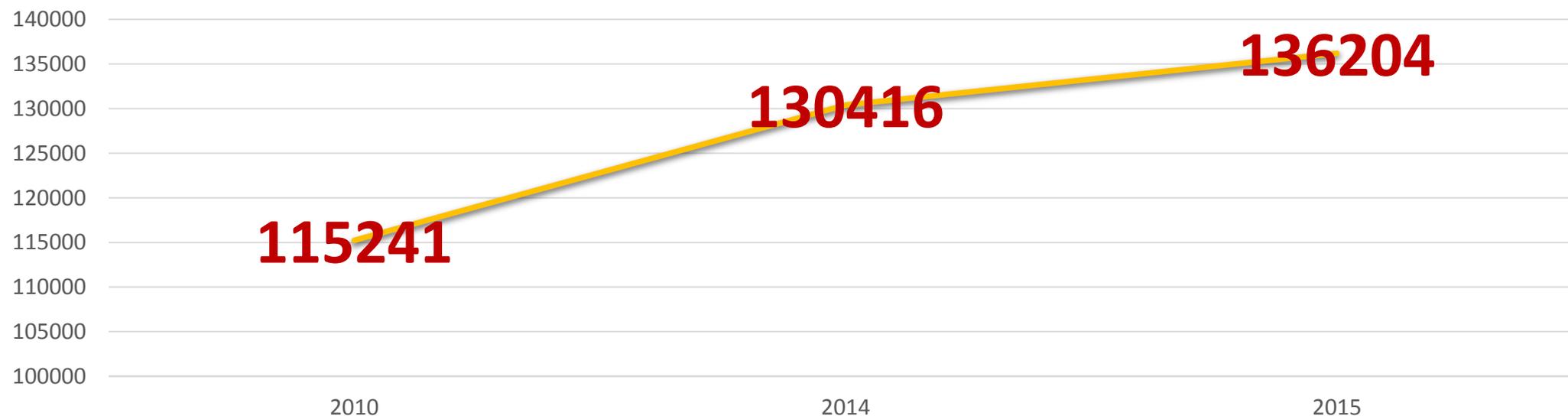
Sont dans la **cinquante**, **peu diplômés** (niveau primaire ou collège), l'entreprise qu'ils dirigent actuellement **n'est souvent pas la première qu'ils créent**. Ils ont acquis une longue **expérience entrepreneuriale et une tradition familiale** commerciale. Leur motivation en premier lieu est de faire une **entreprise à vocation familiale ou les enfants** et la famille travailleront **sans éprouver le besoin de travailler ailleurs**. Et en deuxième lieu, **la non dépendance de l'Etat** fait partie de leurs valeurs principales.

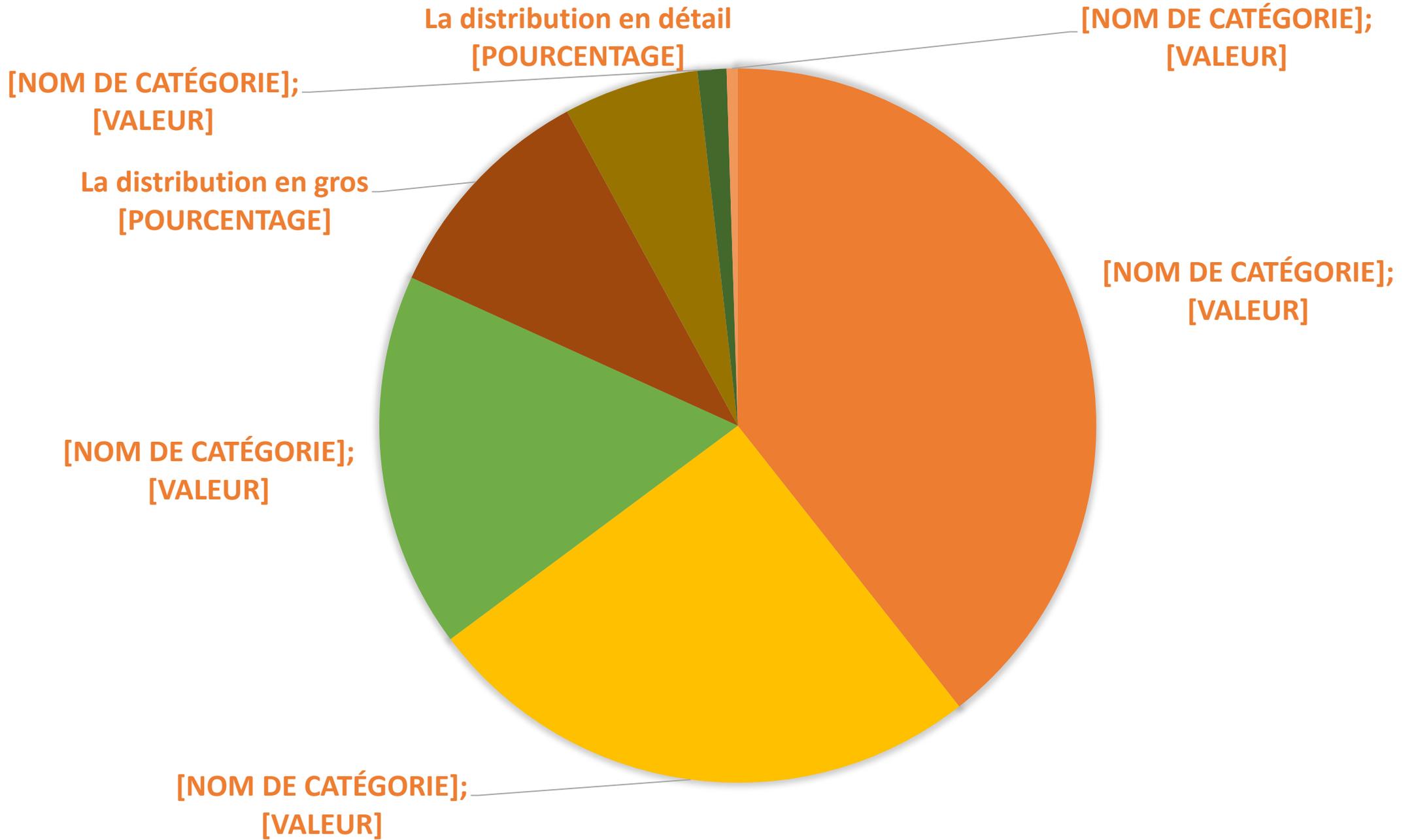


## 7. L'entrepreneuriat féminin en Algérie

### 7.1. état des lieux de l'entrepreneuriat féminin en Algérie

L'évolution du nombre des femmes entrepreneures en Algérie





## 7.2. le rôle des dispositifs d'aide à la création dans la promotion de l'entrepreneuriat Féminin

Les dispositifs	ANGEM	ANADE (ANSEJ)	CNAC
Total de crédits accordés	451608	249 147	74 130
La part des femmes	<b>273 504 (61%)</b>	<b>25 803 (10%)</b>	<b>5 242 (7%)</b>

- **La politique de renouvellement rural destinée aux femmes rurales:** initiée en 2008, ça consiste en des crédits non rémunérés destinés aux femmes rurales pour une durée qui ne dépasse pas une année et demie. Cette politique vise à améliorer la situation de ces femmes en les permettant de créer leur propre projet, tout en offrant des formations dans le domaine choisi.

- **La coopération entre le ministère délégué chargé de la famille et la condition féminine et le bureau technique belge (CTB) :** cette coopération destinée à développer l'entrepreneuriat féminin à travers plusieurs formations au profit des entrepreneures algériennes au niveau national ou international, en plus d'organiser des colloques, journées d'étude sur le sujet.

**-Le programme développement économique durable (DEVED)** : créer en collaboration avec le ministère du développement industriel et de la promotion de l'investissement, à pour but d'améliorer la situation des PME surtout celles qui activent dans le domaine de l'économie verte.

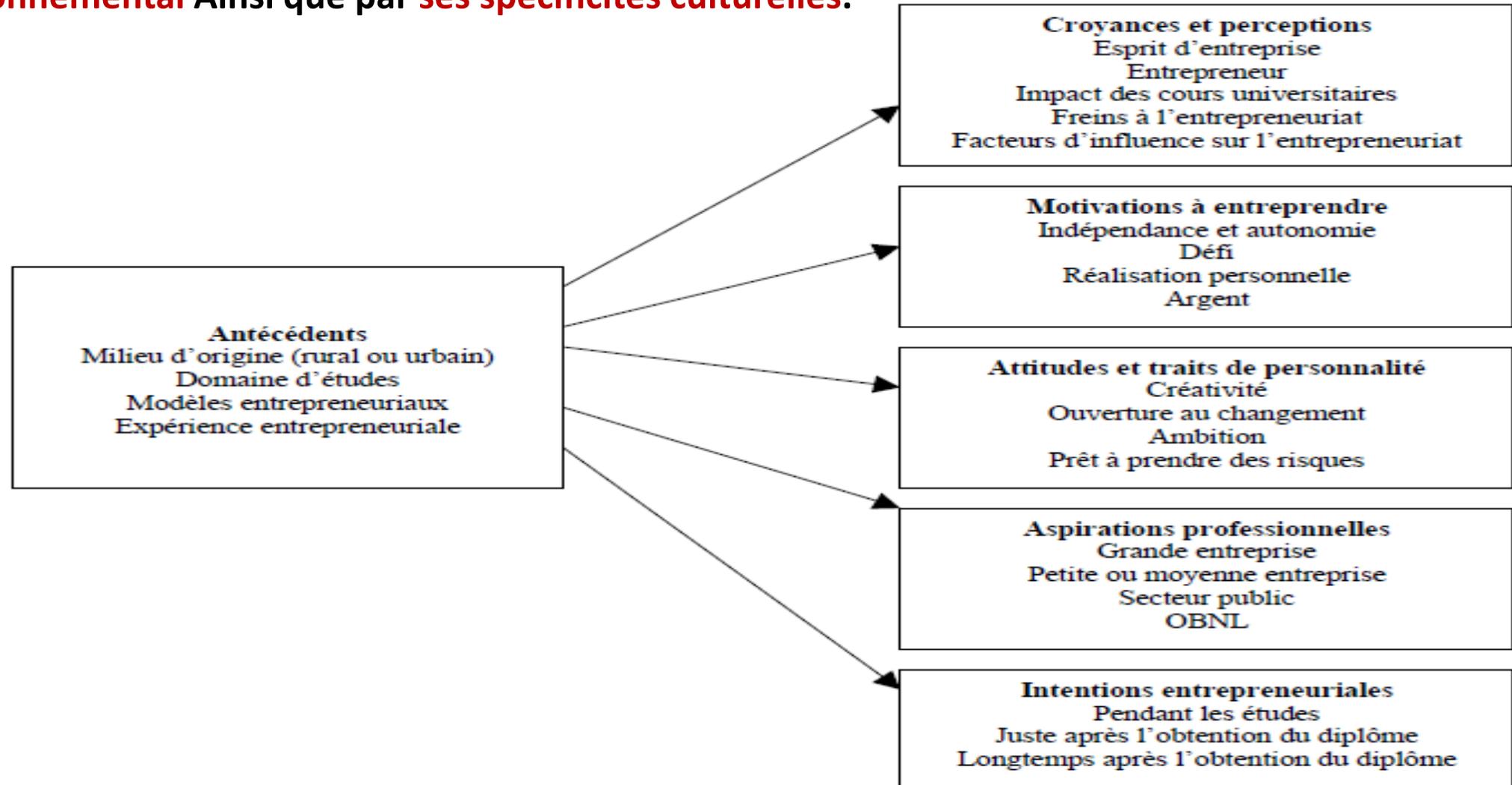
- selon les statistiques de l'année 2010, on trouve que **14 574 femmes** ont fait leur entrée dans le domaine vert en créant des entreprises, ce qui a donné naissance au réseau algérien des femmes active dans l'économie verte (RAFEEV).

### **7.3. les freins de l'entrepreneuriat féminin en Algérie**

- Le problème de la formation (manquent d'expertise technique et managériale)**
- Les problèmes liés au genre (normes socioculturelles négatives, discrimination...)**
- Les difficultés à concilier leurs vies familiales et professionnelles**
- L'environnement à risque (Harcèlement, agressions...)**

## 8.2. l'intention entrepreneuriale

est le premier **acte dans le processus entrepreneurial**. Elle **résume la volonté** d'une personne **de créer** sa propre entreprise, et peut être expliquée par des **caractéristiques individuelles** de l'entrepreneur potentiel, par son **milieu environnemental** Ainsi que par **ses spécificités culturelles**.



# 9. La dynamique entrepreneuriale en Algérie

## 9.1. Les motifs de création d'une entreprise

	Pourcentage %	
Juste pour avoir un revenu	33,2	→ Entrepreneuriat par nécessité
Pour augmenter sans revenu personnel	24,9	→ Entrepreneuriat par opportunité
Pour avoir plus d'indépendance	26,8	

### Les motifs selon le genre



### 9.3. Les personnes influençant la décision de création



**Famille (79,4%)**

### 9.4. Les personnes sollicitées pour conseil au stade du lancement

Conseillers	Pourcentage %
Famille et amis	64,96
Collègues, patron actuel.....	12,3
Investisseur, chercheur, créateur...	12,42
Fournisseur, clients,, partenaire....	16,32
Banquier, comptable, expert	9,77

## 9.5. Le financement du projet de création

Sources de financement	Pourcentage %
Epargne personnel	29,2
Epargne familiale	17,5
Banque et autres institutions de financement de projet	49,9
Amis	1,5
Autres	2,0

## 9.6. Lieu d'exercice de l'activité

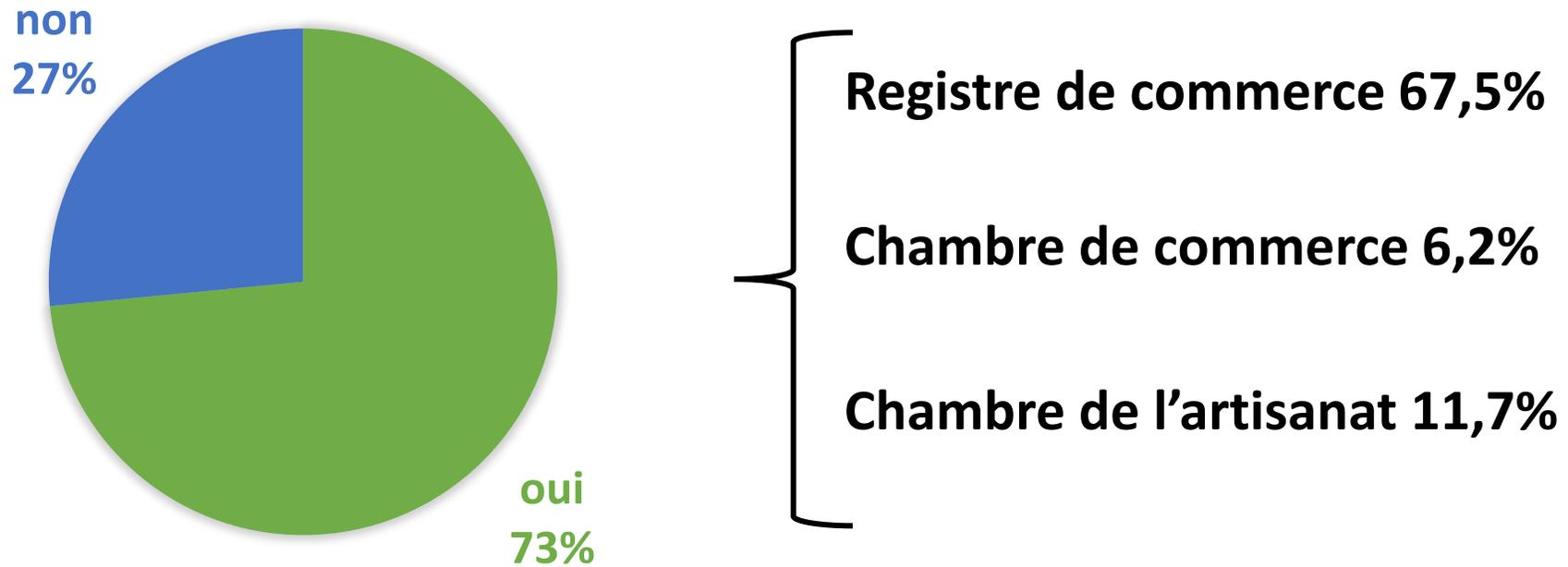
Sources de financement	Pourcentage %
Au sein du domicile	27,7
Sur la rue	9,9
Au sein d'un marché organisé	25,7
Dans un espace d'affaire formel «zone d'activité»	33,1
En ligne sur internet	0,8
Autres	2,8

**Entrepreneuriat informel**

**Entrepreneuriat  
commercial**

**Entrepreneuriat formel**

## 9.7. La formalisation de l'entreprise



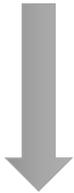
**ENTREPRENEURIAT FAMILIAL**

# La création d'entreprise

# 1. La genèse de la création d'entreprise

**Les « trente glorieuses »**  **La grande entreprise**

**La crise du milieu des années 70**



**Affaiblissement des structures financières  
des entreprises existantes**



**Allégement des effectifs salariés + Taux de chômage  
Recentrage sur le métier et externalisation**



**Créer son entreprise  
= Créer son emplois**

## 2. Les étapes de la création d'entreprise



**Phase d'étude  
ou préparatoire**

**Phase de  
réalisation**

**Phase  
d'exploitation**

# A. L'IDÉE: « tout projet de création commence par une idée »



- **La vie quotidienne**
- **La vie économique**
- **La vie professionnelle**

**Il existe alors plusieurs types d'idées : une activité connue, une opportunité, une application nouvelle, une innovation...**

# COMMENT PROTÉGER SON IDÉE?

D'une manière générale on appelle « **propriété intellectuelle** » les droits qui protègent l'activité de l'esprit humain. Ces droits se divisent en deux catégories :

- a) **Les droits d'auteur** : œuvre littéraire, œuvre d'art, œuvre musicale ou logiciel.....
- b) **Les droits de propriété industrielle** : on retrouve **les droits sur les créations nouvelles** (brevet d'invention) ou **ornementales** (dessins, modèles) et les **droits sur origines distinctifs** (marque, appellation d'origine...)

**Les droits de propriété industrielle nécessitent l'accomplissement de formalités auprès de l'institut national de la propriété industriel (INAPI).**

## B. LE PROJET PERSONNEL:



### ➤ **Quels sont mes objectifs personnels?**

**Jouir de plus d'autonomie et d'indépendance; Accomplissement de soi; Atteindre une certaine position sociale; Exploiter un savoir-faire, mettre en pratique une idée; Réaliser son rêve.**

### ➤ **Quelles sont mes contraintes?**

**Avez-vous le temps pour préparer votre projet? Votre entourage adhère-t-il à votre projet? Vos charges familiales et financières seront-elles compatibles avec votre projet?**

### ➤ **Quelles sont mes compétences nécessaires pour mener à bien mon projet?**

**Un porteur de projet doit posséder à la fois : une personnalité, un potentiel, des connaissances et une expérience.**

## C. L'ÉTUDE DE MARCHÉ:

- a. Qu'est-ce que je vais vendre?** (produit ou service) et quelles sont ses principales caractéristiques?
- b. À qui est ce que je vais vendre?** il est très important de définir sa clientèle :
- Qui sont-ils? (des entreprises ou des ménages);
  - Quelles sont leurs caractéristiques? Pour les entreprises : taille, activité, CA, part de marché...etc. Pour les ménages : Age, sexe, catégorie socioprofessionnelle, où habitent-ils? Où achètent-ils? À quelle fréquence? Et combien?.....etc.
- c. À quel besoin correspond votre produit ou services?**

#### d. Qui sont mes concurrents?

- Combien sont-ils?
- Leurs points forts/ faibles;
- Leur ancienneté dans le domaine;
- La taille, la situation géographique, la couverture géographique de leur marché;
- La gamme de produit, leurs parts de marché, les prix pratiqués, image de marque;
- La stratégie de communication et de distribution;
- Management : qui sont les dirigeants, les principaux cadres.....



**e. Où implanter son entreprise?** prendre en considération la proximité avec ses clients et ses fournisseurs (des acteurs qu'il faudrait définir et dont il faut analyser l'offre en termes de qualité, de prix et d'avantages...)

**f. Comment vendre et comment se faire connaître?**

C'est la définition de votre stratégie commerciale : où est ce que vous allez vendre? (grande surface, magasin, superette.....etc. Par quel mode? (sur catalogue, appel d'offre, commande personnalisée, après essai.....).

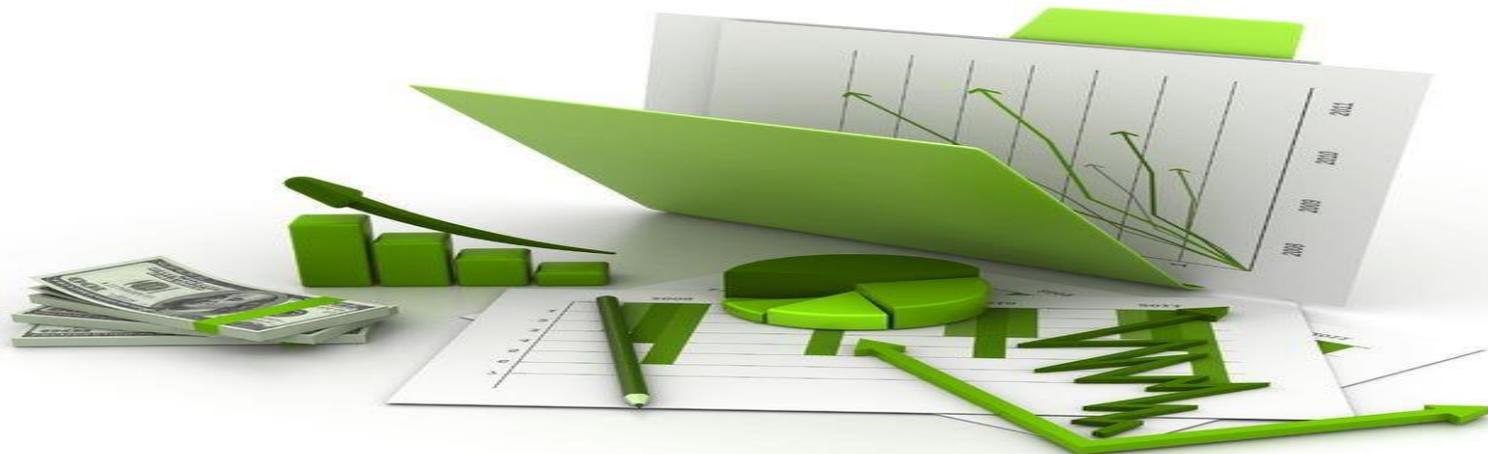
Pour faire connaître votre service ou produit il existe plusieurs actions commerciales à mener :

- Attirer le consommateur vers votre produit : publicité (audiovisuelle, panneaux, internet...)
- Pousser le produit vers le consommateur : ici vous allez inciter le client à acheter par biais d'actions promotionnelles, des journées portes ouvertes....
- Établir un contact direct avec le consommateur (porte à porte, télémarketing, courrier électronique...)

## Comment faire une étude de marché ?

Une étude de marché vous permet de :

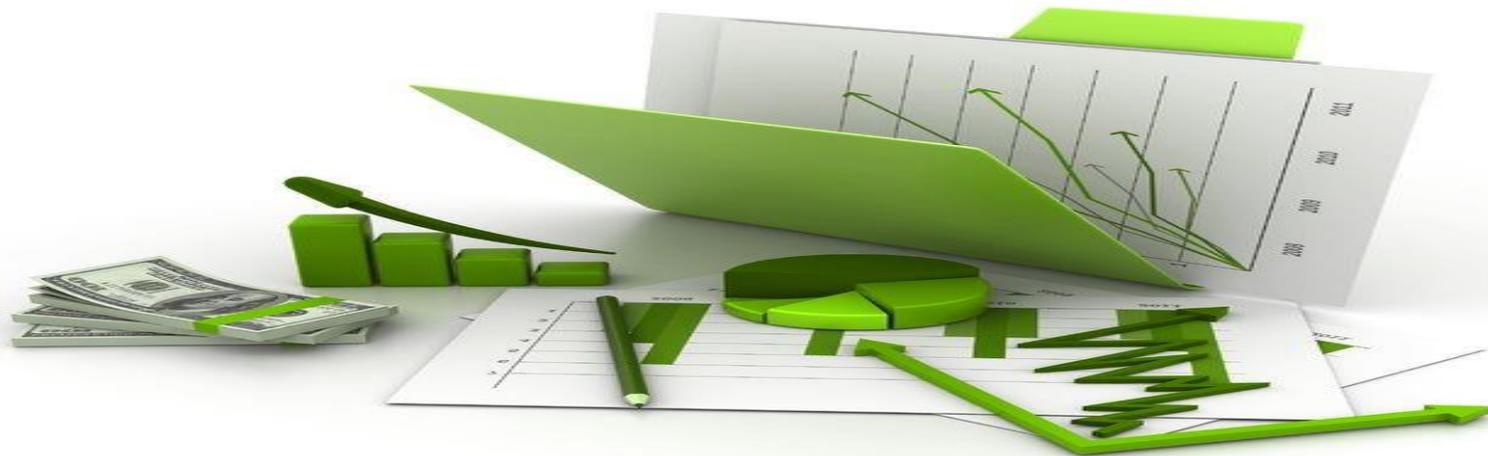
- **Valider vos hypothèses de départ en termes de produits ou de services;**
- **Évaluer le potentiel du marché visé et estimer ainsi un chiffre d'affaires;**
- **Identifier vos avantages par rapport à la concurrence;**
- **Préparer votre prospection et établir votre offre commerciale.**



## Comment faire une étude de marché ?

Dans la plupart des cas, vous pouvez la réaliser vous-même en :

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



## **D. LES PRÉVISIONS FINANCIÈRES : « Pour durer une entreprise doit être rentable »**

Cette étape consiste à définir toutes les entrées (ressources financières) dont vous avez besoin pour couvrir toutes les sorties (besoins financiers) d'argent liées à votre projet de création.

En général, ce travail est résumé dans un tableau appelé : le plan de financement Initial.

<b>Besoins financiers (dépenses indispensables pour démarrer l'activité)</b>	<b>Ressources financières</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Frais d'installation;</b></li><li>• <b>Cautionnement et loyer;</b></li><li>• <b>Agencement du local;</b></li><li>• <b>Achat ou location de matériel;</b></li><li>• <b>Mobilier;</b></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Capital social</li><li>• Apport personnel</li><li>• Capital apporté par les associés</li><li>• Emprunts bancaires</li><li>• Primes et subventions</li></ul>

## **E. Comment trouvé du financement?**

- L'épargne personnelle;
- Les associés;
- Les prêts bancaires;
- Les aides : en Algérie on retrouve par exemple l'ANSEJ (agence nationale de soutien à soutien à l'emploi des jeunes).

## **F. Le choix du statut juridique**

- La nature de l'activité;
- La volonté de vos associés;
- Votre organisation patrimoniale;
- Vos besoins financiers;
- Le fonctionnement et le management de votre entreprise.

## **G. Les procédures administratives de création**

- La dénomination de l'entreprise;
- Le contrat de location ou l'acte de propriété;
- La création du statut;
- L'immatriculation au CNRC (centre national des registres de commerce);
- La carte fiscale;
- Le NIS : le numéro d'identification statistique;
- L'ouverture d'un compte bancaire;
- La publication au BOAL (bulletin officiel des annonces légales).