

Chapitre 5

La création de l'entreprise

2^e année LMD (SCOM) – Année 2022-2023

Enseignant : Dr. MAHOUI Karim

Au terme de ce chapitre, l'étudiant doit :

- Connaître les principales étapes de la création de l'entreprise ;
- Se rendre compte des exigences pratiques liées à chaque étape.
- Prendre conscience de l'importance des premières étapes et, par conséquent, la réussite de la création.

Les étapes de la création d'entreprise

10 étapes de la création d'entreprise

1. L'idée
2. Le projet personnel
3. L'étude de marché
4. Les prévisions financières
5. Trouver des financements
6. Les aides
7. Choisir un statut juridique
8. Les formalités de création
9. Installer l'entreprise
10. Les premiers mois d'activité

1. L'idée

- Sources d'inspiration:
 - Créer dans son métier (activité connue)
 - Les nouvelles idées, nouvelles tendances
 - Déceler une opportunité
 - Trouver une application nouvelle à un produit ou service connu
 - Créer un nouveau produit ou service
 - Vous pouvez enfin...

1. L'idée

- Sources d'inspiration:

- Créer dans son métier (activité connue)

- Moins de risque : Idée = métier → maîtrise
 - Compétences technique → connues
 - Professionnalisme → facteur de réussite



Pas de maîtrise des autres facettes du métier de créateur :
commercialisation, gestion...

- Les nouvelles idées, nouvelles tendances : être en veille des nouvelles

→ utiliser les magazines spécialisés et les sites Internet

1. L'idée

- Sources d'inspiration - suite
 - **Déceler une opportunité « affaire à saisir »** → à condition d'être en situation de veille :
 - Avoir en permanence l'esprit critique pour juger :
 - des situations commerciales présentes,
 - des réels mérites des positions acquises par certaines entreprises,
 - des lacunes des systèmes établis,
 - des défauts des produits ou services offerts
 - Exercer en permanence une grande curiosité intellectuelle
 - Faire preuve d'une grande ouverture d'esprit : accepter les apports extérieurs



1. L'idée

- Sources d'inspiration - suite

- Trouver une application nouvelle à un produit ou service connu (innovation):

- utiliser une technique, un savoir-faire, un produit connu en le transposant dans une autre activité, dans un nouveau contexte ou sur un marché différent.



- Faire attention à la réaction du consommateur
 - C'est plus risqué, mais c'est plus rentable
 - Possibilité de plagiat

- Créer un nouveau produit ou service (innovation)

- Créer un nouveau produit, généralement à fort contenu technologique, entraîne des besoins importants de capitaux

1. L'idée

- Sources d'inspiration - suite
 - Vous pouvez enfin...
 - Rechercher à vous associer à un projet en cours d'élaboration (en se rapprochant par exemple des CCI et des CAM)
 - Acheter un brevet ou négocier une licence d'exploitation d'un brevet ou d'une marque.
 - Rejoindre un réseau de franchise ou de commerce organisé (vérifier la notoriété et l'ancienneté du franchiseur)

Quelques exemples

(source : Management n° 116 janvier 2005)



James Dyson (PDG de Dyson) (britannique)

- inventeur de l'aspirateur sans sac (12 millions d'exemplaires vendus dans le monde) et + de 850 brevets à son actif !

Il observe les objets du quotidien et les améliore : « **mon inspiration, qui se nourrit de mes insatisfactions, ne risque pas de tarir** »





Haba Belkacem (algérien)

Parmi les cent inventeurs les plus productifs au niveau mondial :
Plus de 700 brevets d'inventions !



Produits nés par accident !



- Le **Scotch-Brite** (pellicule verte qui récurve). Idée d'un ingénieur de 3M : transposer une technique industrielle d'abrasifs (type papier de verre), que le groupe industriel commercialisait déjà pour les garagistes.



- Le **Tipp-Ex** (blanc correcteur – bureautique). Une secrétaire allemande agacée par les fautes de frappe, une passion pour la peinture et l'aide d'un chimiste. Une bande de papier blanche enduite de peinture a servi de point de départ.



Produits nés par accident ! (suite)



- Le **Tetra Pak** (conditionnement lait – jus de fruit) : c'est en regardant sa femme remplir des boyaux de chair à saucisse que le **Dr Rausing** a inventé ce mode de fonctionnement.



Produits nés par accident ! (suite)



- Le **Velcro** : en arrachant les coquilles de chardon retenues sur ses vêtements, **Georges de Mestral** a eu l'idée de reproduire les crochets de la plante sur une surface de velours : la bande velcro était née !



Produits nés par accident ! (suite)

- Les **lingettes** : c'est en voyant un infirmier nettoyer le sol avec un tissu fixé au bout d'un balai qu'un ingénieur de la **société japonaise Kao** a eu l'idée de créer la lingette aseptisée. Un concept repris notamment par **Procter & Gamble** pour ses lingettes Swiffer.



1. L'idée

- Connaître comment protéger son invention...
 - L'idée en soi ne peut être protégée. Seule peut être protégée la forme selon laquelle elle s'exprime : invention, marque, création littéraire ou artistique...
 - on appelle **propriété intellectuelle**, les droits qui protègent les créations "issues de l'activité de l'esprit humain" contre toute appropriation de tiers. Ces droits se divisent en deux branches
Le droit d'auteur et les droits de propriété intellectuelle
- Organismes (en Algérie):
- Textes de lois (en Algérie) : Ordonnance n° 03-05 du 19 juillet 2003 sur la protection des droits d'auteur et droits voisins



2. Le Projet personnel

- Vos contraintes personnelles

3. Étude de marché (*)

- Qu'est-ce qu'un marché?
- Segmentation de marché
- Cycle de vie du marché
- Se situer dans son marché
La part de marché



3. Étude de marché

- Quelles sont les grandes tendances du marché ?
- Qui sont les acheteurs et les consommateurs ?
- Qui sont les concurrents ?
- Quel est l'environnement de mon marché ?
- Quelles sont les contraintes de mon marché et les clefs de succès ?
- Y-a-t-il, oui ou non, une opportunité pour que mon projet réussisse ?



3. Étude de marché : différents types d'études

Les études sectorielles : études économiques, permettent de mieux connaître un secteur d'activité, ses enjeux, ses acteurs, sa dimension, son potentiel, ses consommateurs, au niveau national ou international.

Elles sont réalisées par des instituts d'études ou des organismes officiels et vendues telles quelles aux entreprises. Elles ne sont en général pas spécifiques aux besoins d'une entreprise mais visent à **répondre aux interrogations de l'ensemble des acteurs du marché.**

3. Étude de marché : différents types d'études

Les panels :

les grands instituts d'études disposent de **panels**, permettant des **études récurrentes** se basant toujours sur la même population étudiée.

Cela permet d'analyser les évolutions comportementales ou conjoncturelles dans le temps.

L'avantage d'un panel est la **rapidité à obtenir l'information désirée**, ainsi que la fiabilité des résultats garantis par une méthode de recueil de l'information constante.

Les inconvénients sont d'une part une certaine **rigidité de structure** ne permettant pas de changer en cours de route de questionnaire ou d'échantillon, d'autre part le coût important d'un panel : de ce fait, en général, les panels sont gérés par des instituts d'études qui vendent les résultats à plusieurs sociétés

3. Étude de marché : différents types d'études

Les études quantitatives

Elles sont les études de marché les plus courantes.

Elles consistent à interroger un **échantillon d'individus** appartenant au marché qui nous intéresse afin d'**obtenir leur avis** sur un produit, un service, ou plus généralement **connaître leurs attentes**, leurs habitudes, leur état d'esprit à un moment donné...

On les qualifie de **quantitatives** car elles permettent de quantifier sous forme de **pourcentage** les réponses aux questions et d'effectuer des tris croisés et différentes analyses sur ces résultats.

3. Étude de marché : différents types d'études

Les enquêtes en ligne

Les **enquêtes en ligne**, ou **enquêtes web**, sont un cas particulier d'études quantitatives.

Les avantages sont multiples : grande souplesse et réactivité; rapidité de mise en place ; coûts faibles

Même si la validité scientifique n'est pas toujours irréprochable, les enquêtes en ligne permettent d'obtenir, en très peu de temps, la réponse à une question.

Les limites :

- La représentativité de l'échantillon interrogé, celle-ci peut être faussée par la présence excessive de personnes ayant du temps libre pour répondre à ce genre d'enquête (retraités, étudiants...).
- l'échantillon se limite aux seuls visiteurs du site internet concerné.
- Il concerne exclusivement les personnes ayant accès à internet (même si cela se généralise).
- Il peut aussi être biaisé par le cadeau offert qui va parfois intéresser davantage les internautes que l'enquête elle-même.
- Difficulté pour les enquêtes téléphoniques de pouvoir vérifier les données concernant les personnes interrogées : âge, sexe, lieu de résidence par exemple.

3. Étude de marché : différents types d'études

Les études de satisfaction

L'étude de satisfaction ou le baromètre de satisfaction est une étude qui vise à évaluer et à mesurer la satisfaction de ses clients. Elle permet donc de déceler les causes de mécontentements afin de les corriger et déterminer quelles sont les sources de satisfaction les plus grandes pour pouvoir mieux les mettre en avant.

Objectifs :

- Evaluer la satisfaction de la clientèle,
- Identifier les attentes des clients,
- Optimiser son offre en fonction des besoins des clients.

3. Étude de marché : différents types d'études

Les études qualitatives

L'objectif est d'étudier le plus précisément possible les comportements et motivations d'un groupe restreint de consommateurs.

On ne cherchera pas à extrapoler les résultats obtenus à l'ensemble de la population, il n'y a donc pas de notion de représentativité, mais à **comprendre les attitudes et sentiments**.

Dans quels cas fait-on une étude qualitative ? Différentes problématiques peuvent amener à mettre en place des études qualitatives :

- Recherche d'idées nouvelles pour le produit
 - Recherche de message à véhiculer
 - Test de message publicitaire ou de prototype produit
 - Connaissance des comportements de consommateurs
 - Recherche de nouveaux modes de consommation
- **Les types d'études qualitatives:** Il existe 3 types d'études qualitatives : les réunions de groupe, les entretiens en face à face et l'observation.

Leçon n° 2. Création d'entreprise – suite

Financement et Aide

Choix du statut

4. Prévisions financières

- Les prévisions financières devront répondre à 5 grandes questions :
- 1 - Quels sont les capitaux nécessaires pour lancer le projet ? Est-il possible de les réunir ?
 - ☞ La réponse se trouve dans [le plan de financement initial](#)
- 2 - L'activité de l'entreprise va-t-elle générer un montant de recettes suffisant pour couvrir les charges entraînées par les moyens humains, matériels et financiers mis en œuvre ? En d'autres termes, le projet sera-t-il rentable ?
 - ☞ La réponse est dans le [compte de résultat](#) prévisionnel.
- 3 - Les recettes encaissées par l'entreprise tout au long de l'année permettront-elles de faire face en permanence aux dépenses de la même période ?
 - ☞ C'est le [plan de trésorerie](#) qui, mois par mois, permettra de mettre en évidence l'équilibre ou le déséquilibre entre encaissements et décaissements.

Libellé d'investissement	Montant	Libellé de financement	Montant
1. Investissement immobilisations	10 000	1. Apports en espèces	10 000
2. Investissement immobilisations	10 000	2. Emprunt bancaire	10 000
3. Investissement immobilisations	10 000	3. Apport en nature	10 000
4. Investissement immobilisations	10 000	4. Prêt de l'État	10 000
5. Investissement immobilisations	10 000	5. Prêt de la banque	10 000
TOTAL	50 000	TOTAL	50 000

	Année 1	Année 2	Année 3
Chiffre d'affaires	10 000	15 000	20 000
Charges d'exploitation	(8 000)	(12 000)	(15 000)
Charges financières	(1 000)	(1 000)	(1 000)
Charges fiscales	(1 000)	(1 000)	(1 000)
Autres produits	1 000	1 000	1 000
Résultat net	1 000	1 000	1 000

Situation de début de période	Période 1		Période 2		Période 3	
	Pré	Post	Pré	Post	Pré	Post
Encaissements						
Produits financiers						
Autres encaissements						
TOTAL						
Décaissements						
Dépenses financières						
Autres décaissements						
TOTAL						
Situation de fin de période						

4. Prévisions financières

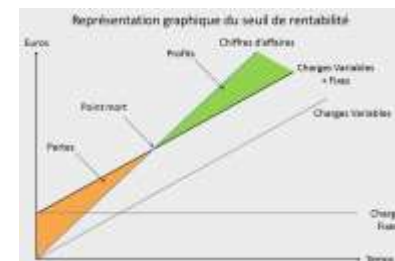
- Les prévisions financières devront répondre à 5 grandes questions - suite
- 4 - L'entreprise ainsi créée peut-elle être pérenne ? Que peut-elle être dans 3 ans ?

👉 Le [plan de financement à 3 ans](#) de vérifier la rentabilité de l'entreprise sur 3 ans à partir d'hypothèses raisonnables.

- 5 - Quel est le montant minimal de ventes/prestations à atteindre au cours de la première année pour faire face toutes les charges de l'exercice ?

Plan de financement sur 3 ans				
	Initial	2015	2016	2017
Immobilisations corporelles	35 721 €			
Variation du B.F.R.		- 217 €	- 125 €	- 2 090 €
Remboursements d'emprunts		10 618 €	10 996 €	11 387 €
Total des besoins	35 721 €	10 401 €	10 871 €	9 297 €
Apports en capital	1 500 €			
Apports en comptes courants	3 000 €			
Souscription d'emprunts	37 000 €			
Capacité d'autofinancement		9 834 €	13 048 €	23 591 €
Total des ressources	61 500 €	9 834 €	13 048 €	23 591 €
Solde de trésorerie	5 779 €	5 212 €	7 389 €	21 683 €

👉 Calculer le [seuil de rentabilité](#) (ou "point mort" s'il est exprimé en nombre d'années) permet de répondre à cette question.



5. Trouver des financements

- Qu'appelle-t-on "besoins durables de financement" ?
 - Les frais d'établissement
 - Les investissements immobiliers: achat d'un local, d'un fonds de commerce, d'une machine.
 - Les immobilisations financières: caution laissée pour un bail par exemple,
 - Les investissements incorporels: Brevet, licence,
 - Le besoin en fonds de roulement : Stock + client - fournisseur.
- Qu'appelle-t-on "ressources financières durables«
 - Les capitaux apportés par le fondateur
 - les capitaux d'investisseurs externes,
 - les emprunts,
 - Les aides,
 - Les subventions,
- L'épargne personnelle

5. Trouver des financements

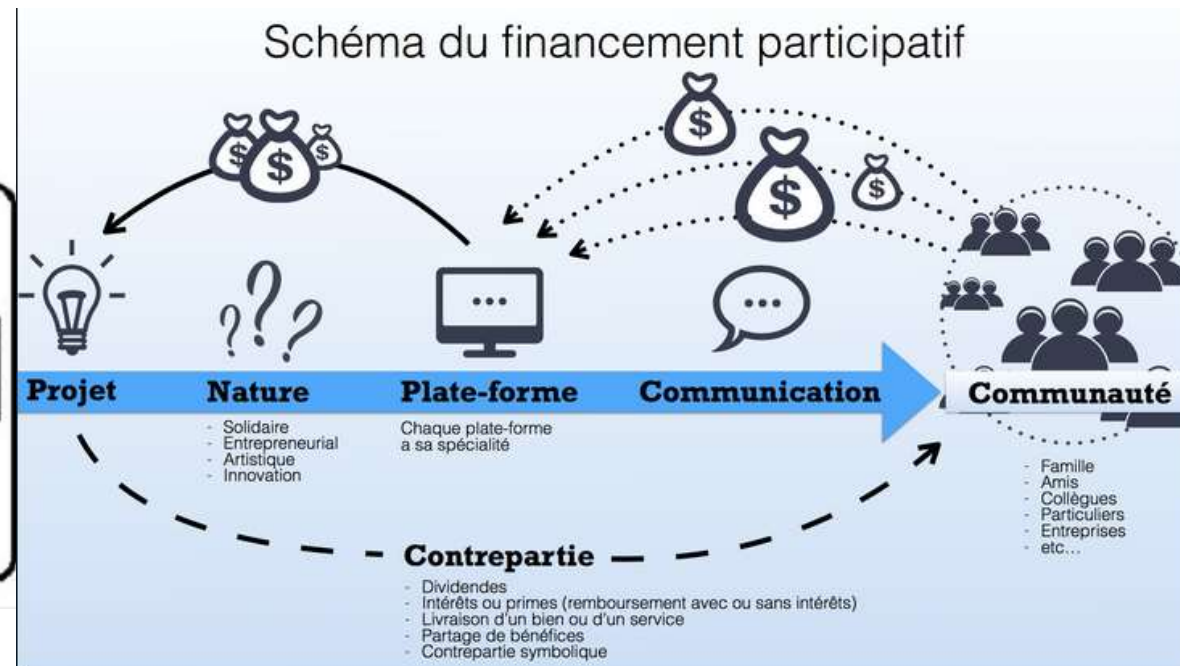
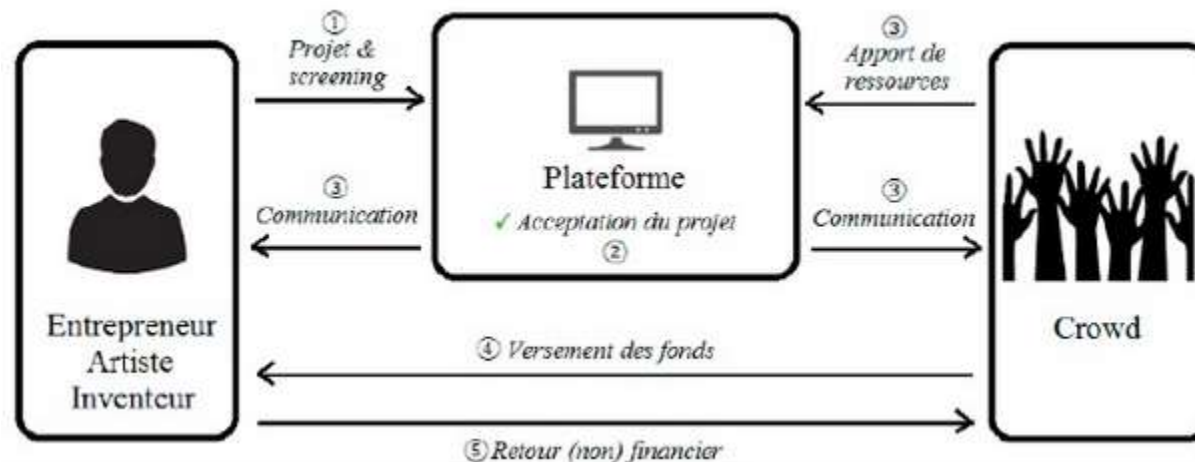
- Les aides et subventions "au créateur"
 - Cf. ci-dessous
- Les prises de participation au capital
 - sociétés de capital investissement : technique de financement par des prises de participations minoritaires et temporaires dans le capital d'une société. 2 formes:
 - le capital risque pour financer la création d'entreprise ;
 - le capital développement destiné au financement du développement de l'entreprise.
 - La loi en Algérie fixe à la société de capital investissement un taux maximal de participation de 49% au capital de la société et une durée de participation qui varie entre 5 et 7 ans.

5. Trouver des financements

- Les primes et subventions à l'entreprise:
 - La plupart de ces aides financières ne concernent pas spécifiquement la création d'entreprise. Les subventions ne peuvent pas être prises en compte pour financer les premiers besoins durables de la nouvelle entreprise.
- Les prêts à moyen et long terme: prêts bancaires.
- Le crédit-bail: , c'est une location assortie de la possibilité de devenir propriétaire du bien loué au plus tard en fin de contrat pour un prix fixé d'avance tenant compte pour partie des loyers versés.
- Les dispositifs de cautionnement en faveur du créateur d'entreprise:
 - Voir ci-dessous

5. Trouver des financements

- Le « crowdfunding » (financement participatif, « financement par la foule »), ou encore **sociofinancement** au Canada
- expression décrivant tous les outils et méthodes de transactions financières qui font appel à un grand nombre de personnes afin de financer un projet.



5. Trouver des financements

- Le crowdfunding « CHRIKY » : la version algérienne!



- Crowdfunding et finance islamique
 - Éléments de convergence et de divergence

6. Aides

- les aides financières
 - Aides publiques
 - les [aides financières](#) (voir ci-dessous)
 - les [allègements fiscaux](#),
 - les [exonérations de charges sociales](#),
 - l'aide au conseil,
 - la mise à disposition de locaux...
 - Aides privées
 - associations, fondations, clubs, grandes entreprises,
- les avantages fiscaux (allègements et exonérations)
- les exonérations de charges sociales,
- la mise à disposition de locaux, du foncier ...
- Autres ...

6. Aides

- les aides financières
 - Aides publiques : voir site du ministère de l'industrie et des mines (pour détail, voir version Word) : lien : <http://www.mdipi.gov.dz/?-L-aide-a-la-creation-d-entreprise->



7. Choisir un statut juridique



Voir ci-dessous critères de choix :

- soit pour l'Entreprise Individuelle (EI)
- soit pour la création d'une société.

Choix de la forme juridique

Comment choisir une structure juridique ?

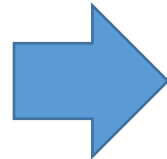
Il s'agit d'abord de savoir que du choix découlera l'identification de ...

- La protection sociale,
- Le régime fiscal,
- les coûts à supporter,
- les formalités à accomplir.

Choix de la forme juridique : quelques critères

Anticipez-vous une activité très réduite ou un chiffre d'affaires important ?

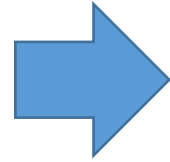
Si vous anticipez une activité très réduite, les coûts de création et de fonctionnement d'une société ne sont peut être pas justifiés ...



Choisir
l'entreprise individuelle de
par sa simplicité

Choix de la forme juridique : quelques critères

- Avez-vous besoin d'associer d'autres personnes au développement de votre activité ?



Opter pour la création d'une **société.**

Choix de la forme juridique : quelques critères

Aurez-vous besoin d'associer d'autres personnes au développement de votre activité ?

- **L'entreprise individuelle** n'est pas une structure adaptée pour s'associer avec d'autres personnes ;
- elle doit être réservée à l'hypothèse d'un entrepreneur individuel qui souhaite exercer seul son activité (ce qui ne l'empêche toutefois pas d'employer des salariés).
- **La société**: On peut facilement partager une partie du capital de la société avec d'autres personnes (qu'il s'agisse de personnes physiques ou d'autres sociétés) : les nouveaux associés participeront alors financièrement aux résultats de l'entreprise en recevant une part des dividendes (cette part est généralement proportionnelle à leur part dans le capital).

Choix de la forme juridique : quelques critères

Est-ce que votre activité est susceptible de générer des pertes ?

Créer une société vous permettra de mieux protéger votre patrimoine personnel et celui de votre conjoint

- dans une **société**, le patrimoine de la société et le patrimoine des associés sont distincts et les créanciers de l'entreprise n'ont de recours que contre le patrimoine de la société ;
- dans une **entreprise individuelle**, le patrimoine de l'entreprise et le patrimoine de l'entrepreneur sont confondus et les créanciers de l'entreprise ont également un recours contre le patrimoine personnel de l'entrepreneur).

Choix de la forme juridique : quelques critères

Est-ce que votre activité est susceptible de générer un bénéfice très important ?

- Si vous anticipez la réalisation d'importants bénéfices, vous serez taxé de manière plus importante avec une entreprise individuelle qu'avec une société soumise à l'impôt sur les sociétés.
- En effet, les bénéfices de l'entreprise individuelle sont taxés au niveau de l'entrepreneur selon le barème progressif de l'impôt sur le revenu (dont le taux marginal est proche de 50%), alors que l'impôt sur les sociétés est au maximum de 33 %.

Choix de la forme juridique : quelques critères

	Entreprise individuelle	Société
Caractéristiques	Dans l'entreprise individuelle , l'entreprise et l'entrepreneur ne forment qu'une seule et même personne	le porteur de projet donne naissance à une nouvelle personne, totalement distincte, que l'on nomme « personne morale ».
Principal avantage	simplicité de constitution et de fonctionnement.	le patrimoine du créateur est en principe protégé en cas de coup dur, les créanciers de l'entreprise ne pouvant saisir que ce qui appartient à cette dernière.
Principal inconvénient	la responsabilité illimitée de l'entrepreneur, patrimoines personnel et professionnel étant juridiquement confondus. Cependant cet inconvénient est désormais atténué par la possibilité de protéger son habitation principale en établissant, devant notaire, une "déclaration d'insaisissabilité".	il n'agit pas en son nom, mais au nom et pour le compte d'une autre personne, l'entreprise. Il faut donc y mettre les formes, rendre des comptes et veiller à ne pas utiliser les biens de l'entreprise comme s'il s'agissait des siens.

* NB : L'entreprise individuelle est une des formes juridiques les plus utilisées. Elle représente environ 95 % du parc des entreprises en Algérie.

Choix de la forme juridique : quelques critères

	Entreprise individuelle	Société
Caractéristiques	Une seule personne : l'entrepreneur	Distinction entre l'entreprise, personne et le ou les associés
Principal avantage	simplicité de constitution et de fonctionnement	séparation des patrimoines
Principal inconvénient	confusion entre patrimoine personnel et patrimoine professionnel (mais possibilité de protéger son habitation principale en établissant devant notaire une "déclaration d'insaisissabilité")	formalisme à respecter

Choix de la forme juridique : quelques critères

Sociétés s'adaptant à tous les types de projets

EURL
SARL

Sociétés d'adaptant aux projets innovants, start-up ou nécessitant des capitaux importants

SPA
SCPA

Sociétés ayant pour objet d'exercer une activité commerciale

EURL
SARL

7. Choisir un statut juridique

- La nature de l'activité
- La volonté de s'associer
- L'organisation patrimoniale
- Les besoins financiers
- Le fonctionnement de l'entreprise
- Le régime social de l'entrepreneur
- Le régime fiscal de l'entrepreneur et de l'entreprise
- La crédibilité vis-à-vis des partenaires (banquiers, clients, fournisseurs, etc.)

Leçon n° 3. Création –suite

Formalités de création

8. Formalités de création

9. Installer l'entreprise

10. Premiers mois d'activité