

République Algérienne Démocratiques et Populaire
Ministère de l'Enseignements Supérieur
et de la Recherche Scientifique
Université Djillali Liabes de Sidi Bel Abbas
Faculté de Technologie
Département de Génie Mécanique

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة جيلالي ليابس - سيديلعباس
كلية التكنولوجيا
قسم الهندسة الميكانيكية

Polycopié pédagogique

Projet professionnel et gestion d'entreprise

Cours destiné aux étudiants :

Filière : Génie Mécanique

Spécialité : Génie mécanique et aéronautique

Parcours : Licence

Semestre : S6

Unité d'enseignement : UET3.2

Cours présenté par :

Dr. AIT KACI Djafar

Année universitaire 2024/2025

TABLE DES MATIÈRES

Introduction générale	1
------------------------------------	----------

Chapitre I : L'entreprise et la société

I.1 Introduction	3
-------------------------------	----------

I.2 L'Entreprise : Définition et Objectifs

• I.2.1 Définition des concepts	4
○ L'approche économique	4
○ L'approche sociologique	6
○ L'approche systémique	6
○ L'approche juridique	8
• I.2.2 Objectifs de l'Entreprise	8

I.3 Différentes Formes d'Entreprise

• Types d'Entreprises par Taille	9
• Structure de l'Entreprise	10

I.4 Personnel et Partenaires de l'Entreprise	11
---	-----------

I.5 Différents Types d'Entreprise

• Types d'Entreprises	11
• Avantages et Inconvénients des Types d'Entreprises	12

I.6 La Société : Définition et Objectifs

• Définition de la Société	14
• Objectifs de la Société	14
• Différents Types de Société	14

I.7 Différence entre Entreprise et Société

• Nature Juridique	15
• Responsabilité	15
• Gestion	15
• Fiscalité	15
• Durabilité et Continuité	15

• Typologies économiques	16
○ Classification par secteur économique	16
○ Classification par taille et impact économique	16
○ Classification par branche et secteur d'activité (Insee)	17
○ Classification par statut juridique	17
I.8 Conclusion	24

Chapitre II : Organisation et fonctionnement de l'entreprise

II.1 Introduction	26
--------------------------------	----

II.2 Acteurs : actionnaires, dirigeants et salariés

• Actionnaires	26
• Dirigeants	27
• Salariés	27

II.3 Les fonctions au sein de l'entreprise

• Les fonctions d'une entreprise d'aujourd'hui	28
• Les Principales Fonctions de l'Entreprise	29

II.4 Organisation	30
--------------------------------	----

II.5 Les différents types de structures d'une entreprise

• Structures hiérarchiques et fonctionnelles	30
○ Structures hiérarchiques	31
○ Structures fonctionnelles	32
• Structures Staff & Line	33
• Structure divisionnelle	33
• Structure par projet (matricielle)	34

II.6 La gestion

• Méthodes de gestion	35
• Informatique de gestion	36
• Performance et évaluation de l'entreprise	36
• Critères de mesure de la performance	36
• Entreprises en difficulté	37

II.7 Activités Annexes de l'Entreprise

• Partenariats	37
-----------------------------	----

• Sous-Traitance	37
II.8 Conclusion	38

Chapitre III : Comment accéder à une entreprise ?

III.1 Introduction	40
III.2 Les Besoins et Qualités en Personnel	40
III.3 Recherche des Offres d'Emploi	40
III.4 Comment Postuler?	
• Lettre de motivation	41
• Curriculum Vitae	47
• Entretien d'embauche	49
III.5 Les Types de Contrats de Travail	
• Contrat à Durée Indéterminée (CDI)	56
• Contrat à Durée Déterminée (CDD)	56
III.6 Salaire et Fiche de Paie	56
III.7 Conclusion	57
 Conclusion générale	 100

Avant-propos

L'insertion professionnelle constitue une étape cruciale dans le parcours de tout étudiant en fin d'études. Face à un marché du travail en constante évolution, il est essentiel de se doter des outils méthodologiques nécessaires pour intégrer efficacement le monde professionnel. Ce polycopié vise à accompagner les étudiants dans cette transition en leur fournissant des connaissances pratiques et théoriques relatives à l'entreprise, à son fonctionnement et aux différentes voies d'accès à l'emploi.

L'enseignement dispensé à travers ce support pédagogique poursuit un double objectif : d'une part, préparer les étudiants à la recherche d'emploi et à leur insertion professionnelle en leur apportant une compréhension approfondie des méthodologies et outils nécessaires ; d'autre part, les sensibiliser à l'entrepreneuriat en leur présentant un aperçu des connaissances en gestion utiles à la création et au développement d'une activité. Il met l'accent sur l'importance de maîtriser les différentes étapes du recrutement, de l'élaboration d'un CV et d'une lettre de motivation à la conduite d'un entretien d'embauche, tout en abordant les contrats de travail et la rémunération.

Dans un second temps, ce polycopié explore les fondamentaux de l'entrepreneuriat, en détaillant les processus de création d'entreprise, du choix de l'idée à la mobilisation des ressources financières, en passant par les dispositifs d'aide et d'accompagnement disponibles. Il présente également les notions essentielles de gestion d'entreprise, de stratégie et d'organisation, permettant aux étudiants d'acquérir les compétences nécessaires pour lancer et pérenniser une activité.

Ce support pédagogique s'articule autour d'une approche progressive et méthodique, visant à outiller les étudiants de manière concrète et efficace pour affronter les défis du monde professionnel. Il se veut un guide pratique pour permettre aux étudiants de mieux appréhender leur avenir professionnel et de faire des choix éclairés quant à leur carrière, que ce soit en tant que salarié ou entrepreneur.

Nous espérons que cet ouvrage leur fournira les compétences nécessaires pour réussir leur intégration dans le monde du travail et entreprendre avec succès.

INTRODUCTION GÉNÉRALE

INTRODUCTION GÉNÉRALE

Dans un monde économique en constante évolution, la gestion d'entreprise et la planification de carrière sont des compétences essentielles pour toute personne souhaitant s'insérer efficacement sur le marché du travail ou entreprendre son propre projet. Ce cours vise à fournir aux étudiants les outils méthodologiques nécessaires pour intégrer le monde professionnel avec succès et les sensibiliser aux fondamentaux de l'entrepreneuriat.

Ce document est destiné aux étudiants de la troisième année génie mécanique et aéronautique de l'université Djilali LIABES de Sidi Bel Abbés. Il a pour objectifs de :

Se préparer et maîtriser les outils méthodologiques nécessaire à l'insertion professionnelle en fin d'études, se préparer à la recherche d'emploi.

Etre sensibilisé à l'entrepreneuriat par la présentation d'un aperçu des connaissances de gestion utiles à la création d'activités et pouvoir mettre en œuvre un projet.

L'enseignement est structuré en plusieurs chapitres couvrant à la fois le fonctionnement interne des entreprises et les démarches nécessaires pour y accéder ou en créer une.

- **Le premier chapitre** explore la définition de l'entreprise et son rôle dans la société. Il aborde les différentes formes juridiques et organisationnelles, ainsi que leurs spécificités.
- **Le deuxième chapitre** se concentre sur l'organisation interne des entreprises, leurs structures et leurs principales fonctions (production, services, gestion...).
- **Le troisième chapitre** est dédié aux stratégies d'insertion professionnelle : comment rechercher un emploi, rédiger un CV et réussir un entretien d'embauche. Il traite également des types de contrats et du calcul du salaire.
- **Le quatrième chapitre** initie les étudiants à l'entrepreneuriat, en détaillant les étapes de création d'une entreprise et les aides financières disponibles pour les porteurs de projets.
- **Enfin, le cinquième chapitre** propose une étude approfondie du processus de création d'entreprise, mettant en pratique les notions abordées précédemment.

À travers ce cours, les étudiants acquerront une compréhension globale du fonctionnement des entreprises et des stratégies pour une insertion professionnelle réussie. Ils seront également mieux préparés à développer leur propre projet entrepreneurial, en maîtrisant les outils et ressources à leur disposition.

Chapitre I :

L'entreprise et la société



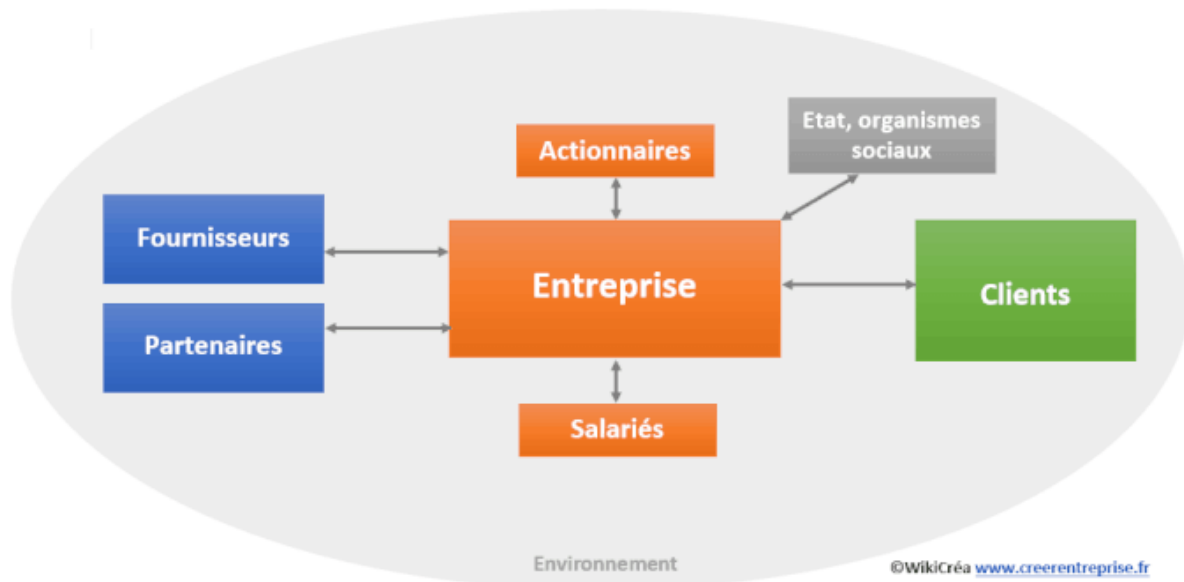
Chapitre I : L'entreprise et la société

I.1 Introduction

Ce chapitre explore les concepts fondamentaux liés à l'entreprise et à la société. Il aborde les définitions, les objectifs, les différentes formes et structures des entreprises, ainsi que les distinctions entre les entreprises et les sociétés. Une compréhension claire de ces concepts est essentielle pour naviguer efficacement dans le monde des affaires.

Une entreprise est une organisation ou une unité institutionnelle, mue par un projet décliné en stratégie, en politiques et en plans d'action, dont le but est de produire et de fournir des biens ou des services à destination d'un ensemble de clients ou d'utilisateurs, en réalisant un équilibre de ses comptes de charges et de produits.

Pour ce faire, une entreprise fait appel, mobilise et consomme des ressources (matérielles, humaines, financières, immatérielles et informationnelles) ce qui la conduit à devoir coordonner des fonctions (fonction d'achat, fonction commerciale, fonction informatique). Elle exerce son activité dans le cadre d'un contexte précis auquel elle doit s'adapter : un environnement plus ou moins concurrentiel, une filière technico-économique caractérisée par un état de l'art, un cadre socio-culturel et réglementaire spécifique. Elle peut se donner comme objectif de dégager un certain niveau de rentabilité, plus ou moins élevé.



I.2. L'Entreprise : Définition et Objectifs

I.2.1. Définition des concepts

Qu'est-ce qu'une entreprise ? Il n'existe pas de définition universelle de l'entreprise. Elle dépend de l'approche que l'on choisit. Il existe trois types d'approche :

- L'approche économique ;
- L'approche sociologique ;
- L'approche systémique.

a) L'approche économique

Selon l'approche économique, l'entreprise est une unité de production des biens et services destinée aux marchés de biens de consommation (grand public) et aux marchés de biens de productions (les autres entreprises).

Pour fonctionner, l'entreprise a besoin de flux d'entrées : les inputs (matières premières, marchandises, services, capitaux, travail et surtout informations). L'entreprise transforme ces inputs en outputs (produits finis, marchandises, services, informations). Lors de cette transformation, l'entreprise crée de la richesse (ajout de valeur aux inputs). Cette richesse est appelée valeur ajoutée, elle représente la contribution réelle de l'entreprise à la richesse nationale (P.I.B.).

La conception de la notion de production a fortement évolué. En effet, nous ne sommes plus en situation de pénuries relatives où il suffisait de produire pour vendre. De nos jours, les entreprises essaient de différencier leurs offres et de positionner leurs produits par rapport à ceux des concurrents dans le but d'obtenir un avantage concurrentiel (compétitif).

La différenciation :

Différencier un produit ou un service consiste à le démarquer de ceux de la concurrence sur la base des quatre « P ».

- **Produit**

La différenciation par le produit considère ses caractéristiques intrinsèques, à savoir sa composition, sa qualité, son aspect marchand (garanties, assistances, ...).

- **Prix**

Il existe deux stratégies en matière de différenciation par le prix : soit une stratégie d'écroulage qui consiste à fixer les prix plutôt plus élevés que le concurrent, soit une stratégie de pénétration de marché qui consiste à fixer les prix plutôt moins élevés que le concurrent.

Le prix de vente d'un produit est déterminé par quatre facteurs :

- Coût de revient.
- Concurrence.
- Demande (clients), on prend en compte la notion de prix psychologique.
- Réglementation en matière de fixation de prix (ex: dans le secteur pétrolier en période de crise).
- Place (Distribution)

Généralement un produit de haute gamme vendu cher est destiné à un réseau de distribution sélectif. Il importe de distinguer canal de distribution, circuit de distribution et réseau de distribution.

Un canal de distribution, c'est la voie d'acheminement d'un produit entre deux intermédiaires dans un circuit de distribution.

Un circuit de distribution est l'ensemble des canaux de distribution.

Un réseau de distribution est l'ensemble des circuits de distribution.

- **Publicité (& Promotion)**

Ces procédés concernent la communication autour du produit. Un gros budget de communication au lancement d'un produit permet de se démarquer de la concurrence.

La publicité consiste à attirer les consommateurs (ou prospects) vers le produit (stratégie « pull »).

La promotion consiste à pousser le produit vers le consommateur (stratégie « push »).

Le dosage et la cohérence des quatre « P » constitue le Marketing-Mix (terme apparu dans les années 80).

Le positionnement :

Le positionnement consiste à positionner le produit, à graver dans l'esprit des consommateurs (ou prospects) une image claire et minutieuse du produit (ou service, entreprise) par rapport à la concurrence.

b) L'approche sociologique

Selon cette approche, l'entreprise est composée des trois acteurs principaux :

- Apporteurs de capitaux ;
- Dirigeant ;
- Salariés.

Ces trois ont des objectifs et des stratégies individuelles différentes. En effet, en ce qui concerne les apporteurs de capitaux, leurs logiques purement financières, ils recherchent avant tout la rentabilité de leurs placements, leurs buts est de garantir leurs gains et si possible les augmenter. Les apporteurs des capitaux sont attirés par de placements de plus en plus rentables.

En ce qui concerne les dirigeants, leurs logiques est la maximisation de performance de l'entreprise, évaluées par la rentabilité économique des capitaux, leurs buts est de garantir leur place et élargir leur pouvoir.

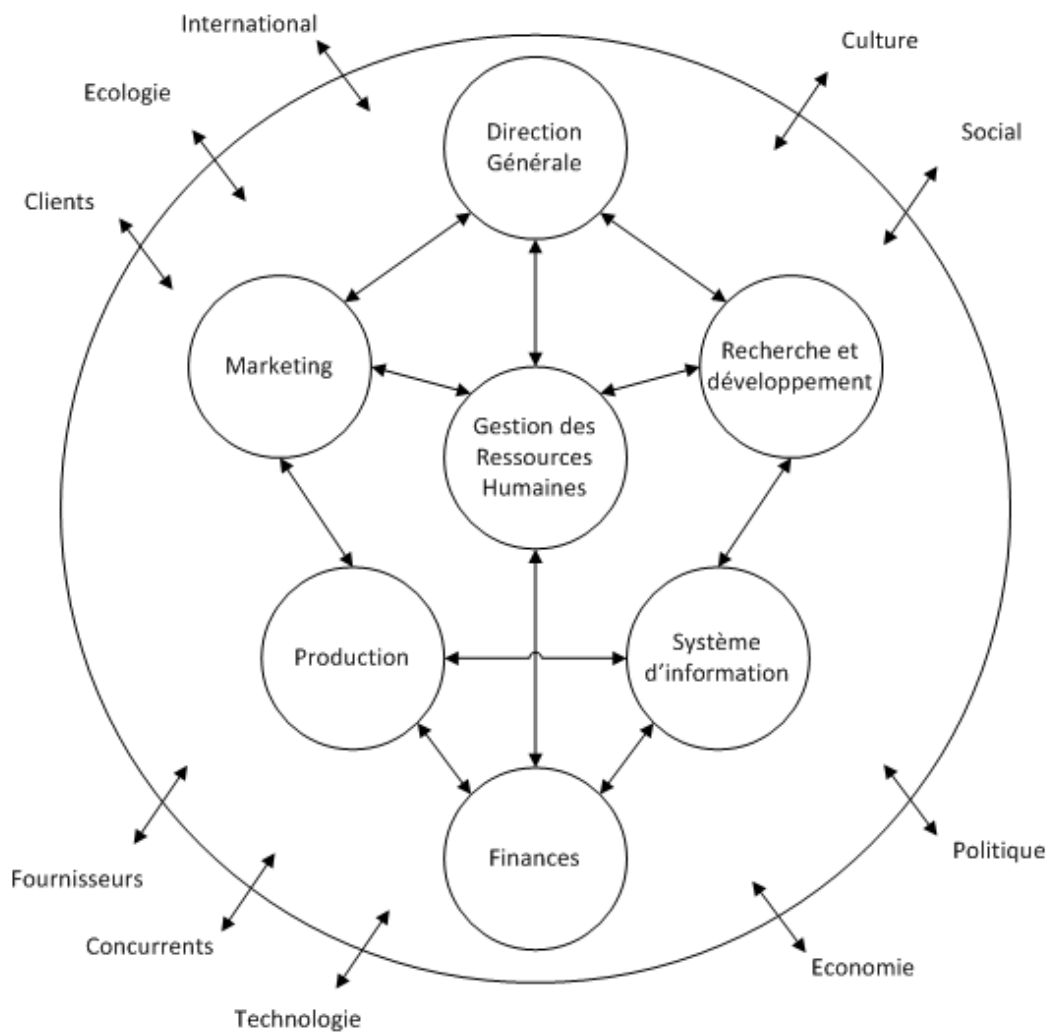
En ce qui concerne les Salariés, leurs logiques est l'épanouissement et la sécurité de l'emploi. Ils ont pour but de garantir leurs emplois, si possible en réalisant un travail intéressant dans es bonnes conditions matérielles et psychologiques. Leurs sources de pouvoir est le savoir-faire.

c) L'approche systémique (l'entreprise entant que système)

Qu'est-ce qu'un système ? Un système peut être défini comme un ensemble composé d'élément en interaction permanent, organisé et ouvert sur son environnement auquel il doit s'adapter en permanence pour sa survie. L'entreprise entant que système est considérée comme un ensemble

organisé composé de différentes fonctions, services, individus en permanente interaction ayant tous des objectifs pouvant être contradictoires.

En tant que système, l'entreprise est ouverte sur son environnement externe, source de menaces à appréhender mais aussi opportunités à subir. L'entreprise doit s'y adapter en permanence pour sa survie et son développement. Les composants de l'environnement sont très diversifiées : technologie, culture, juridique, économique, politique, écologique, concurrence, etc.



d) L'approche juridique

L'entreprise est un ensemble de moyens (un projet, un lieu de décision et de gestion économique). D'un point de vue juridique, elle n'a *stricto sensu* **aucune consistance ni réalité**.

1. Pour exister juridiquement, l'entreprise doit opter pour l'une des formes juridiques prévues (entreprise individuelle, EURL, EURL, société civile ou commerciale, société coopérative, etc.) qu'elle doit revêtir nécessairement pour exister et se développer sur le plan légal.
2. La forme juridique choisie doit faire l'objet d'un enregistrement auprès des autorités compétentes (registre du commerce et des sociétés ; répertoire des métiers pour les entreprises artisanales ; URSSAF pour les professions libérales).
3. Cette forme juridique est associée à une identification distinctive et non ambiguë (en France par exemple, inscription au répertoire SIREN/SIRET).

Lorsqu'il s'agit d'une société, cet enregistrement lui confère la personnalité morale et un statut juridique dont la forme dépend de l'objet social de la société, du nombre des apporteurs de capitaux, du montant des capitaux engagés, ainsi que du cadre législatif et réglementaire en vigueur. L'exercice de l'activité de l'entreprise peut également faire l'objet d'une autorisation préalable délivrée à titre permanent ou révisable, là encore dans le cadre des législations en vigueur (exemples des activités de banque, assurance, pharmacie, travail temporaire, etc.).

1.2.2 Objectifs de l'Entreprise :

Les objectifs de l'entreprise peuvent varier en fonction de sa taille, de son secteur d'activité et de sa mission. Cependant, les principaux objectifs incluent :

- **1. Rentabilité** : Générer des profits pour assurer la pérennité et la croissance de l'entreprise. Cela inclut l'augmentation des revenus, la réduction des coûts et l'optimisation des marges bénéficiaires.
- **2. Croissance** : Augmenter la part de marché, élargir les gammes de produits et services, et pénétrer de nouveaux marchés. La croissance peut être organique ou réalisée par des fusions et acquisitions.
- **3. Satisfaction des Clients** : Offrir des produits et services de qualité pour fidéliser la clientèle. La satisfaction client est cruciale pour la réputation et le succès à long terme de l'entreprise.
- **4. Innovation** : Développer de nouvelles idées, produits et processus pour rester compétitif. L'innovation peut concerner les produits, les services, les processus internes ou les modèles d'affaires.
- **5. Responsabilité Sociale** : Contribuer positivement à la société et à l'environnement. Cela inclut des pratiques commerciales éthiques, la durabilité environnementale et l'engagement communautaire.

I.3. Différentes Formes d'Entreprise

I.3.1. Types d'Entreprises par Taille



Les entreprises se distinguent par leur taille, ce qui influence leur structure, leurs ressources et leurs opérations :

1. TPE (Très Petites Entreprises) : Moins de 10 salariés et un chiffre d'affaires annuel inférieur à 2 millions d'euros. Exemple : une boulangerie locale, une petite agence de conseil.

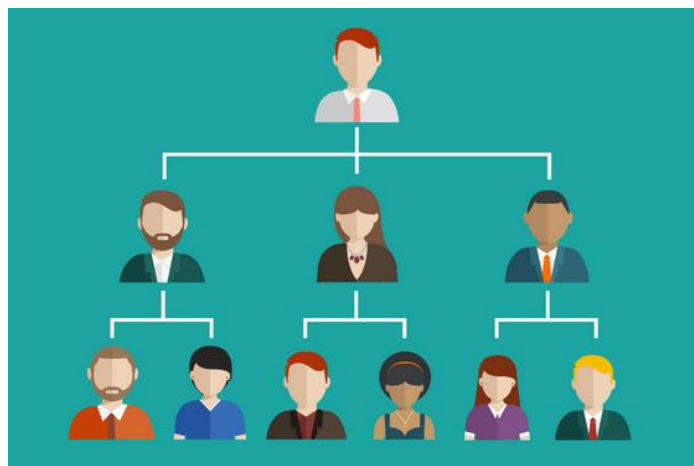
2. PME (Petites et Moyennes Entreprises) : Moins de 250 salariés et un chiffre d'affaires annuel inférieur à 50 millions d'euros. Exemple : une entreprise de fabrication de meubles, une agence de marketing de taille moyenne.

3. PMI (Petites et Moyennes Industries) : Un sous-ensemble des PME, spécifiquement dans le secteur industriel. Exemple : une usine de production de pièces détachées.

4. ETI (Entreprises de Taille Intermédiaire) : Entre 250 et 5000 salariés et un chiffre d'affaires annuel inférieur à 1,5 milliard d'euros. Exemple : une entreprise de technologie avec des activités internationales.

5. GE (Grandes Entreprises) : Plus de 5000 salariés et un chiffre d'affaires annuel supérieur à 1,5 milliard d'euros. Exemple : une multinationale comme Total Energies ou Airbus.

I.3.2. Structure de l'Entreprise



La structure de l'entreprise désigne l'organisation interne des différentes fonctions et départements. Les structures courantes incluent :

1. Structure Hiérarchique : Organisation en pyramide avec une chaîne de commandement claire. Les décisions sont prises au sommet et transmises vers le bas.

2. Structure Fonctionnelle : Division par fonctions (marketing, finance, production). Chaque département est spécialisé dans une activité particulière.

3. Structure Divisionnelle : Division par produits, marchés ou zones géographiques. Chaque division fonctionne comme une entité semi-autonome avec ses propres ressources.

4. Structure Matricielle : Combinaison des structures fonctionnelles et divisionnelles. Les employés peuvent avoir plusieurs responsables, ce qui permet une plus grande flexibilité et collaboration entre les départements.

1.4. Personnel et Partenaires de l'Entreprise

Le personnel et les partenaires jouent un rôle crucial dans le fonctionnement et le succès de l'entreprise :

1. Personnel : Comprend les employés, les cadres et les dirigeants. Chaque groupe a des rôles et responsabilités spécifiques pour atteindre les objectifs de l'entreprise. Les employés de base effectuent les tâches opérationnelles, tandis que les cadres et les dirigeants prennent des décisions stratégiques.

2. Partenaires : Incluent les fournisseurs, les distributeurs, les clients, les investisseurs, et les régulateurs. Les partenariats stratégiques sont essentiels pour les opérations, l'approvisionnement et la distribution. Par exemple, un partenariat avec un fournisseur peut garantir un approvisionnement fiable en matières premières.

1.5. Différents Types d'Entreprise

Les entreprises peuvent être classifiées en fonction de leur forme juridique, ce qui influence leur mode de gestion, leur responsabilité financière et leur fiscalité.

1.5.1. Types d'Entreprises



1. SARL (Société à Responsabilité Limitée): Forme courante pour les petites et moyennes entreprises. Les associés sont responsables dans la limite de leurs apports. Exemple : une agence de communication.

2. EURL (Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée) : Variante de la SARL avec un seul associé. Idéale pour les entrepreneurs individuels. Exemple : un consultant indépendant.

3. SA (Société Anonyme) : Adaptée aux grandes entreprises. Le capital est divisé en actions, et la responsabilité des actionnaires est limitée à leurs apports. Exemple : une entreprise cotée en bourse comme Renault.

4. SAS (Société par Actions Simplifiée) : Flexibilité dans la gestion et la répartition du capital. Les actionnaires peuvent déterminer librement les règles de fonctionnement. Exemple : une start-up technologique.

5. SNC (Société en Nom Collectif): Les associés sont solidairement responsables des dettes de la société. Exemple : une entreprise familiale.

I.5.2. Avantages et Inconvénients des Types d'Entreprises

1. SARL

-**Avantages :** Responsabilité limitée des associés, formalités administratives simplifiées, régime fiscal avantageux.

-**Inconvénients :** Flexibilité limitée dans la répartition des pouvoirs, restrictions sur la cession des parts.

2.EURL

- **Avantages :** Simplicité de création et de gestion, responsabilité limitée de l'associé unique.

- **Inconvénients :** Imposition des bénéfices au nom de l'associé, difficulté à lever des capitaux importants.

3. SA

- **Avantages :** Capacité à lever des fonds importants via l'émission d'actions, responsabilité limitée des actionnaires.

-**Inconvénients :** Formalités de création et de gestion complexes, coûts élevés de fonctionnement.

4. SAS

- **Avantages** : Grande flexibilité dans la gestion et la répartition des bénéfices, responsabilité limitée des actionnaires.

- **Inconvénients** : Formalités de création plus complexes que pour la SARL, coûts potentiellement plus élevés.

5. SNC

- **Avantages** : Grande flexibilité dans la gestion, transparence fiscale.

- **Inconvénients** : Responsabilité illimitée et solidaire des associés, difficulté à attirer des investisseurs en raison de la responsabilité illimitée.

I.6. La Société : Définition et Objectifs



I.6.1. Définition de la Société

Une société est une entité juridique distincte créée par une ou plusieurs personnes pour mener des activités commerciales. Elle possède une personnalité juridique propre, ce qui signifie qu'elle peut posséder des biens, contracter des dettes et ester en justice indépendamment de ses membres.

I.6.2. Objectifs de la Société

Les objectifs d'une société peuvent inclure :

1. Protéger les Associés : Limiter la responsabilité personnelle des associés.

2. Faciliter le Financement : Lever des capitaux à travers la vente d'actions ou d'autres instruments financiers.

3. Assurer la Continuité : Permettre la continuité des activités au-delà de la vie des fondateurs.

4. Optimiser la Fiscalité : Bénéficier de régimes fiscaux avantageux.

I.6.3. Différents Types de Société

Les sociétés se distinguent par leur structure juridique et leurs obligations :

1. SARL (Société à Responsabilité Limitée)

2. EURL (Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée)

3. SA (Société Anonyme).

4. SAS (Société par Actions Simplifiée).

5. SNC (Société en Nom Collectif).

I.7. Différence entre Entreprise et Société

Bien que les termes "entreprise" et "société" soient souvent utilisés de manière interchangeable, il existe des distinctions importantes :

I.7.1. Nature Juridique

- **Entreprise** : Terme général qui désigne toute organisation économique qui produit des biens ou des services. Une entreprise peut être une société, mais aussi une entreprise individuelle ou une autre forme d'organisation.
- **Société** : Terme juridique spécifique désignant une entité créée par des actes juridiques et possédant une personnalité juridique distincte de celle de ses fondateurs.

I.7.2. Responsabilité

- **Entreprise Individuelle** : L'entrepreneur est personnellement responsable des dettes de l'entreprise.
- **Société** : La responsabilité des membres est généralement limitée à leurs apports.

I.7.3. Gestion

- **Entreprise Individuelle** : Gérée par l'entrepreneur individuel.

- **Société** : Peut être gérée par un conseil d'administration, des directeurs ou des gérants, selon le type de société.

I.7.4. Fiscalité

- **Entreprise Individuelle** : Les bénéfices sont généralement imposés comme revenu personnel.
- **Société** : Les bénéfices sont imposés au niveau de la société, et les distributions aux membres peuvent également être imposées.

I.7.5. Durabilité et Continuité

- **Entreprise Individuelle** : Peut cesser d'exister à la mort de l'entrepreneur ou en cas de cessation de l'activité.
- **Société** : Peut continuer d'exister indépendamment des changements dans ses membres ou ses dirigeants.

I.7.6. Typologies économiques

Classification des entreprises

- Classification par secteur et activité
- Classification par la taille (dimension)
- Classification selon la forme juridique.

Les entreprises peuvent être classées selon différents critères :

a) Classification par secteur économique

La classification par **secteur économique** est déterminée par l'activité principale de l'entreprise :

- **Secteur primaire** : il s'agit d'activités liées à l'extraction des ressources naturelles via l'agriculture, la pêche, l'exploitation forestière ou minière.
- **Secteur secondaire** : il s'agit d'activités liées à la transformation des ressources naturelles issues du secteur primaire (bâtiments et travaux publics, électroménager, aéronautique, etc.)

- **Secteur tertiaire** : il regroupe toutes les activités économiques qui ne font pas partie du secteur primaire et secondaire. Il s'agit d'activités marchandes (vente de produit) et d'activités non marchandes (vente de services, non échangeables).

Au-delà de ce découpage classique, un **secteur quaternaire** est parfois distingué, avec une définition variant selon les auteurs.

b) Classification par taille et impact économique

Selon les réglementations, les entreprises sont classées comme :

- **Micro-entreprise** : sous-catégorie des TPE définie en France par un chiffre d'affaires inférieur à 81 500 euros pour celles réalisant des opérations d'achat-vente et à 32 600 euros pour les autres.
- **Très petite entreprise (TPE)** : moins de 10 salariés avec soit un chiffre d'affaires inférieur à 2 millions d'euros par an, soit un total bilan inférieur à 2 millions d'euros.
- **Petite et moyenne entreprise (PME)**, on distingue :
 - **Petite entreprise (PE)** : entre 10 salariés et 49 salariés avec soit un chiffre d'affaires inférieur à 10 millions d'euros par an, soit un total bilan inférieur à 10 millions d'euros.
 - **Moyenne entreprise (ME)** : entre 50 salariés et 250 salariés avec soit un chiffre d'affaires inférieur à 50 millions d'euros par an, soit un total bilan inférieur à 43 millions d'euros.
- **Grande entreprise** : plus de 250 salariés et à la fois un chiffre d'affaires supérieur ou égal à 50 millions d'euros par an et un total bilan supérieur ou égal à 43 millions d'euros.
- **Groupe d'entreprises** : comporte une société mère et des filiales.
- **Entreprise étendue** (ou en réseau, ou matricielle, ou virtuelle) : comprend une entreprise pilote travaillant avec de nombreuses entreprises partenaires.

c) Classification par branche et secteur d'activité (classification Insee)

- Le *secteur* : ensemble des entreprises ayant la même activité principale.
- La *branche* : ensemble d'unités de production fournissant un même produit ou service.

d) Classification par statut juridique

Selon la forme juridique

- **Les entreprises individuelles** (existence juridique à travers la personne physique de l'entrepreneur EI, EIRL) ;

- **Les sociétés civiles** (exemple : société civile professionnelle) ;
- **Les sociétés commerciales** (de personnes ou de capitaux ; parfois unipersonnelles : EURL, SASU) ;
- **Les groupements d'intérêt économique** ;
- **Les associations**, entreprises privées dont les bénéfices doivent être intégralement réinvestis ;
- **Les sociétés coopératives**, dans lesquelles les associés coopérateurs n'ont chacun qu'une voix quel que soit le montant de leurs apports (salariés, consommateurs, habitants, bénéficiaires du service, etc.) ;
- **Les sociétés mutuelles** à but non lucratif, immatriculées au registre national des mutuelles et soumises aux dispositions du code de la mutualité.

Selon l'objet social

Une autre forme de classement distingue trois grands types d'entreprises existant dans tous les pays :

- **Les entreprises privées à but lucratif** (exemple : TPE, PME, groupe d'entreprises) ;
- **Les entreprises privées à but non lucratif** (sociétés coopératives, associations et sociétés mutuelles relevant de l'économie sociale) ;
- **Les entreprises chargées d'une mission de service public** (exemple : régie des transports urbains, régie des eaux, établissements publics industriels et commerciaux).

Statuts juridiques en Algérie

.

L'activité économique est, dans tous les pays, encadré par une réglementation. La plupart des entreprises fonctionnent donc dans un cadre prédéterminé par la loi : le droit des sociétés.

- **Entreprise individuelle.**
-

Dans le contexte de l'économie capitaliste, il est possible d'avoir une entreprise à titre personnel. Il s'agit alors d'une entreprise individuelle, c'est-à-dire que l'entrepreneur exerce directement et en son propre nom l'activité économique. L'exercice d'une activité sous forme d'entreprise individuelle concerne en général les TPE.

- **Entreprise personne morale**
-

Il est aussi possible de constituer une personne morale sous forme de société. Celle-ci peut grouper plusieurs participants à son capital et est apte à faire des actes de gestion. Les diverses formes de sociétés varient selon les pays.

Les **objectifs** sont l'expression des finalités d'**entreprise**. Un **objectif** est un résultat précis à atteindre dans un délai déterminé. Il est défini quantitativement et/ou qualitativement.

I.7.7 Objectifs d'une entreprise

Une **entreprise** est une organisation qui dispose de moyens humains, matériels et financiers pour produire des biens ou services qui seront vendus sur un marché dans le but d'en retirer un profit. Le but de l'**entreprise**, ici paraît simple mais il s'avère que ses finalités sont en fait multiples.

1. La production de biens et services

L'entreprise cherche avant tout à satisfaire un besoin solvable.

Pour ce faire, elle peut produire :

- des **biens**, c'est-à-dire une production tangible, palpable, que l'on peut **stocker** ;
- des **services**, c'est-à-dire une production immatérielle, que l'on ne peut **pas stocker**.



La vente de cette production de biens ou services a pour but de **satisfaire les besoins des consommateurs**.

2. Valeur ajoutée, profit et pérennité

Les finalités économiques de l'entreprise sont de créer de **la valeur ajoutée** afin de **dégager un profit** et **assurer sa pérennité**.



a. La valeur ajoutée

La valeur ajoutée est la richesse créée par l'entreprise.

Pour produire des biens ou services, l'entreprise va dans un premier temps, **acheter des matières premières ou des biens semi finis** et les transformer. L'ensemble des matières premières ou biens semi finis ainsi que l'ensemble des achats nécessaires à la transformation du bien constituent les **consommations intermédiaires**.

Une fois les **produits finis**, ils sont **mis en vente** sur le marché. L'ensemble des ventes réalisées représente la valeur de la production ou **chiffre d'affaires**.

La différence entre la valeur de la production (le chiffre d'affaires) et les consommations intermédiaires représente la **valeur ajoutée** c'est-à-dire la richesse que l'entreprise a créée :

Valeur Ajoutée = Chiffre d'Affaires - Consommations Intermédiaires

La valeur ajoutée ainsi dégagée sera répartie entre :

- les salaires au personnel
- les charges sociales pour la sécurité sociale
- les impôts et les taxes pour l'État et les collectivités locales
- les intérêts pour les prêteurs de fonds (exemple : les banques)
- les dividendes pour les actionnaires
- l'épargne de l'entreprise (c'est-à-dire les bénéfices conservés par l'entreprise pour investir)

b. Le profit

Le **profit** s'évalue en faisant la différence entre la valeur de la production (le chiffre d'affaires) et le montant global des dépenses (coûts) engendrées pour réaliser la production et sa vente.

Profit ou bénéfice = Chiffre d'Affaires - Coûts (dépenses)

Remarque : Le partage de la valeur ajoutée et du profit donne lieu à un **conflit perpétuel**, chacun voulant accroître ses revenus car certains estiment ne pas obtenir une juste reconnaissance de leurs efforts et/ou de leur implication (les salariés au sujet de leurs salaires ; les actionnaires au sujet de leurs dividendes).

c. La pérennité

L'objectif de l'entreprise est de rester viable, d'assurer sa survie le plus longtemps possible. Pour assurer sa pérennité, l'entreprise doit pour cela garantir de bons résultats (des **bénéfices conséquents**).

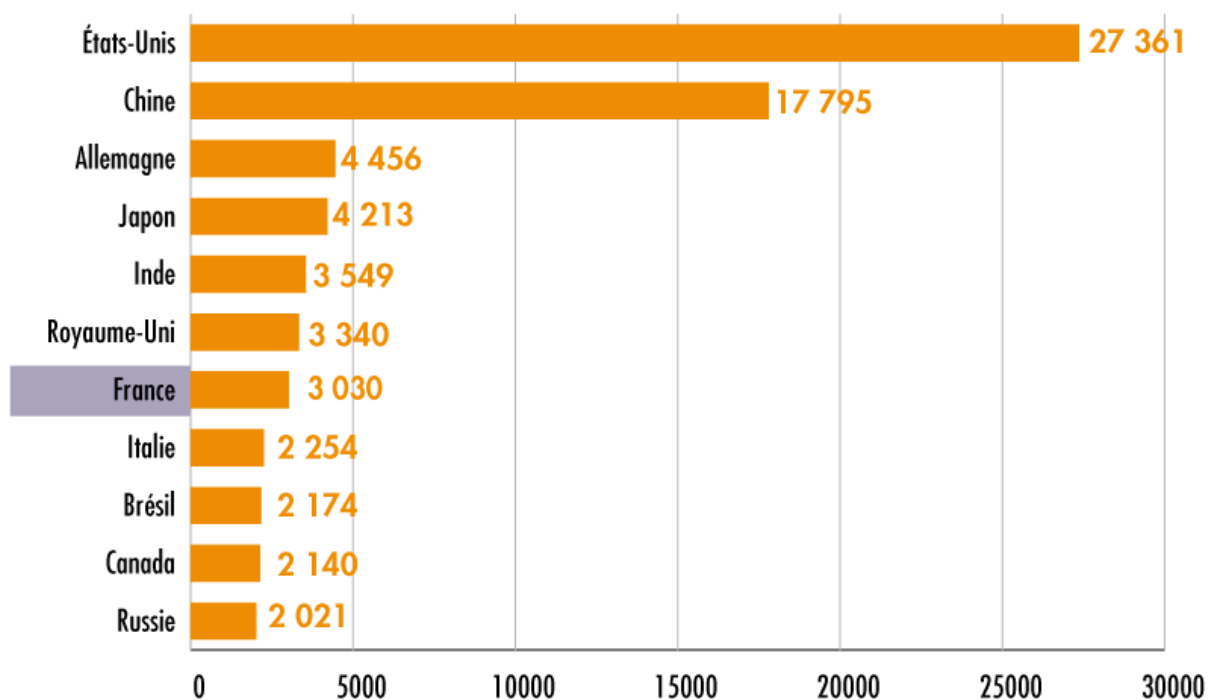
Cette nécessité passe par la prise en compte de **critères incontournables** :

- l'entreprise doit **s'adapter à son environnement** et l'intégrer pour faire face aux constantes évolutions et rester **compétitive** ;
- l'entreprise doit en permanence vérifier la bonne **adéquation de sa production avec les besoins à satisfaire** afin de conquérir de nouveaux consommateurs ou de fidéliser les consommateurs déjà acquis ;
- l'entreprise doit **gérer les conflits internes** afin de maintenir une **bonne cohésion au sein de sa structure** : c'est un des enjeux majeurs du management.

3. Le produit intérieur brut

PRODUIT INTÉRIEUR BRUT

EN MILLIARDS DE DOLLARS, EN 2023



Source : lafinancepourtous.com d'après Banque mondiale



Le **PIB** est un indicateur **économique** permettant de mesurer la production de richesses d'un pays. Il correspond à la somme des valeurs ajoutées, **c'est-à-dire** à la valeur de la production de biens et de services par des agents **économiques** à l'intérieur du pays, quelles **que** soient leurs nationalités.

Il s'agit donc d'un indicateur **qui** reflète l'activité économique interne d'une nation. La variation du **PIB** d'une année sur l'autre permet de mesurer le taux de croissance économique d'un pays. Le **PIB** mesure la valeur de tous les biens et services produits dans un pays sur une année.

Les deux réalités que mesure le PIB

Comme le nom de l'Institut l'indique, la **mesure** de la richesse nationale connue sous le nom de Produit Intérieur Brut (**PIB**), somme de toutes les activités de production du pays, est faite par une approche statistique.

Le produit international brut (le **PIB**) **est** un indicateur largement utilisé pour jauger de la puissance économique d'un Etat. Il représente la valeur de tous les biens et service produits, en somme la richesse créée, à l'intérieur du territoire d'un pays donné, durant une année donnée.

L'entreprise a **plusieurs objectifs économiques** : elle doit avant tout **produire des biens et des services** dans le but de répondre aux attentes et aux besoins des consommateurs. Elle va ensuite **commercialiser** ces biens et ces services afin d'en **dégager une valeur ajoutée et un profit pour garantir sa pérennité**.

4. Recherche des bénéfices

a) Finalité : rémunérer le risque pris par l'apporteur de capital

Parmi les différents buts possibles pour une entreprise, la recherche du bénéfice occupe une place importante. Le bénéfice de l'entreprise (différent du profit) sert avant tout à rémunérer le capital investi. Les entreprises peuvent prendre plusieurs formes juridiques correspondant à des caractéristiques différentes de l'apporteur de capital : entreprises individuelles, sociétés de personnes, sociétés de capitaux. Les grandes entreprises sont en général des sociétés de capitaux.

Dans le cas des sociétés de capitaux, si un investisseur (une des personnes qui financent l'entreprise) décide de le placer dans une entreprise plutôt que de le conserver, c'est qu'il souhaite que l'argent ainsi placé dans l'entreprise lui rapporte plus. Si une entreprise ne génère pas un profit suffisant redistribué sous forme de dividendes, sa réputation ternit et elle n'attire plus les investisseurs. Sa capacité de développement (en général consommatrice de capitaux pour - par exemple - ouvrir des filiales à l'étranger ou démarrer de nouveaux programmes d'innovation) voire sa survie s'en trouvent alors obérées, voire peuvent être remises en cause.

b) L'origine du bénéfice

De manière simplifiée, la rentabilité d'une activité s'obtient en vendant le plus cher possible un produit ou service et en dépensant le moins possible pour le produire.

On distingue des revenus normaux et des revenus exceptionnels :

- Les revenus normaux sont les produits des ventes et des opérations financières courantes sur l'année en cours (crédits clients et fournisseurs).
- Les revenus exceptionnels ne font pas - par définition - partie des opérations courantes de l'entreprise. Il peut s'agir de vente d'actifs (bâtiments, machines, etc.), de vente de filiales ou d'opérations comptables diverses (exemple : réévaluation de la valeur financières d'un stock).

La marge, calculée comme différence entre le prix de vente et le coût de revient des marchandises incorporées dans le produit vendu représente la principale contribution au bénéfice de l'entreprise.

Pour augmenter cette marge, il existe uniquement deux leviers :

- augmenter le prix des produits ou services vendus (exemple : vendre un véhicule automobile à 15 000 €),
- diminuer le coût de production des produits ou services vendus (exemple : produire le véhicule avec 12 000 €).

Les moyens d'action sur la réduction des coûts sont extrêmement divers, notamment :

- Négocier avec les fournisseurs pour baisser les prix d'achat des marchandises incorporées,
- Améliorer la qualité pour produire avec moins de rebut,
- améliorer la productivité des machines,
- améliorer la productivité des hommes (amélioration de la qualification, ajustement du ratio entre la rémunération fixe et celle indexée sur les résultats, amélioration des conditions de travail, audit des pratiques dans le but de les améliorer, meilleure gestion du personnel, management des compétences, audit des outils),
- Diminuer les taxes et prélèvements sur la production (impôt sur les profits, diminution des cotisations salariales des caisses sociales ou de retraites, bénéficié d'exonérations),
- réduire les stocks pour réduire le capital immobilisé,
- Négocier des conditions de règlement plus rapides vis-à-vis des clients afin d'avoir moins de frais financiers,
- utiliser des logiciels libres pour réduire le capital immobilisé par les logiciels propriétaires payants,
- S'implanter à côté des lieux de production des matières premières,
- Réduire la masse salariale et les avantages sociaux,
- Utiliser l'analyse de la valeur (c'est souvent le moyen le plus puissant puisqu'on peut réduire parfois les coûts dans des proportions considérables).

Conclusion

Comprendre les distinctions entre les différents types d'entreprises et de sociétés, ainsi que leurs structures et objectifs respectifs, est essentiel pour naviguer efficacement dans le monde des

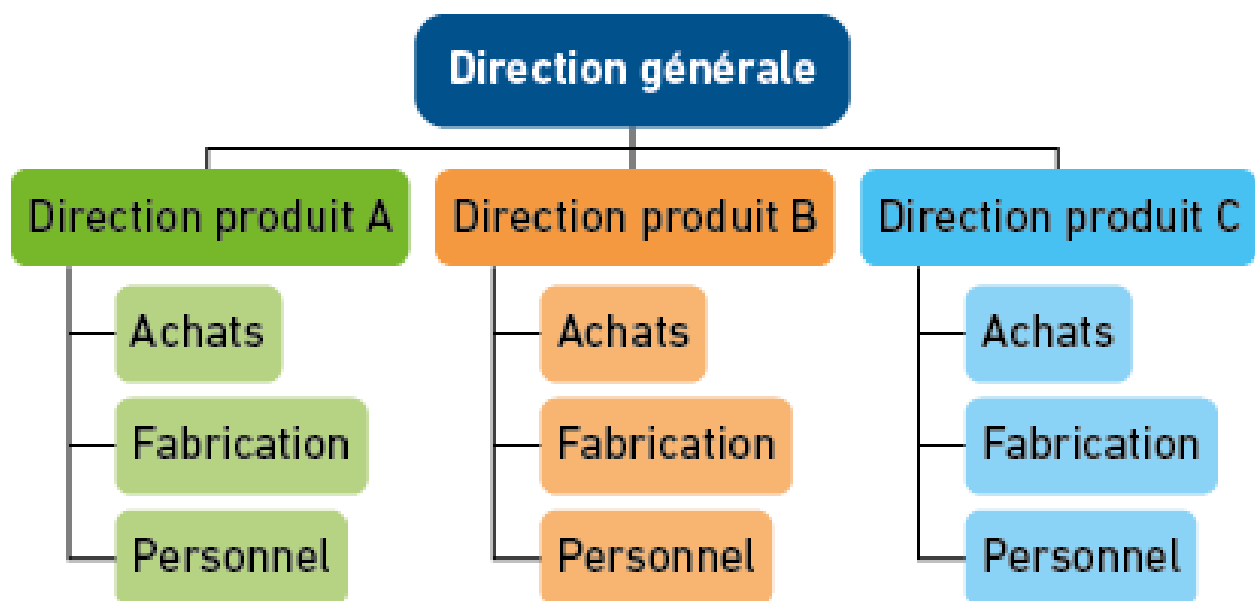
affaires. Ces connaissances permettent de choisir la forme juridique appropriée pour une nouvelle entreprise, de structurer efficacement les opérations et de gérer les relations avec les parties prenantes internes et externes.

Bibliographie :

1. Drucker, Peter. Management: Tasks, Responsibilities, Practices . Harper & Row, 1973.
2. Mintzberg, Henry. Structure in Fives: Designing Effective Organizations . Prentice-Hall, 1983.
3. Osterwalder, Alexander, and Yves Pigneur. Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers . Wiley, 2010.
4. Porter, Michael E. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors . Free Press, 1980.
5. Robbins, Stephen P., and Mary Coulter. Management . Pearson, 2020.
6. Antoine Melo “ Gestion d’entreprise” édition Melo France 2016
7. Thomas Durand “ Management d’entreprise” édition Broché 2016
8. Philippe Guillermic “ La gestion d’entreprise pas à pas “ édition Poche 2015
9. Guy Raimbault “Outils de gestion” édition Chihab Alger 1994
10. Institut de technologie financière “ Initiation comptable “OPU Alger 1993
11. Christian Bultez “Guide et mode d’emploi des démarches “ édition Nathan Paris 1993

Chapitre II :

Organisation et fonctionnement de l'entreprise



Chapitre II : Organisation et fonctionnement de l'entreprise

II.1 Introduction

Ce chapitre vise à explorer en profondeur le fonctionnement et l'organisation interne des entreprises. Il examine les différents modes de fonctionnement, les principales fonctions opérationnelles, les structures organisationnelles et les activités annexes telles que le partenariat et la sous-traitance. Une compréhension approfondie de ces éléments est cruciale pour assurer le succès et la durabilité des entreprises dans un environnement concurrentiel.

II.2 Acteurs : actionnaires, dirigeants et salariés

L'entreprise fonctionne avec plusieurs types d'acteurs :

- les *actionnaires* (lorsque la forme juridique de l'entreprise est une société) ;
- les *dirigeants* (mandatés par les actionnaires lorsqu'il y en a) ;
- les *salariés* (recrutés par les dirigeants de l'entreprise).

Selon la taille et le statut juridique choisi par l'entreprise, ces acteurs sont parfois confondus : une cordonnerie fonctionnant avec une personne unique peut soit relever d'une activité artisanale sans capital ni salarié, soit être constituée en société, la même personne étant à la fois détentrice du capital, mandataire social et unique salarié. Les entreprises plus grandes sont généralement constituées en société et ces acteurs sont différenciés.

a) Actionnaires

Les actionnaires détiennent le capital de la société qui porte l'entreprise. Leur rôle est d'apporter les fonds nécessaires au développement de l'entreprise, de choisir les membres de la direction et d'avaliser, ou non, l'administration des affaires par la direction. Ils perçoivent des revenus sur les bénéfices de l'entreprise, dénommés **dividendes**, et peuvent influencer de manière notable sur les décisions prises par **le conseil d'administration**, car c'est eux qui l'élisent au terme de l'assemblée générale annuelle.

b) Dirigeants

Les dirigeants sont chargés de la gestion des affaires courantes de l'entreprise et du déploiement de la stratégie d'entreprise validée par les actionnaires. Sa rémunération est en général formée d'un salaire, ainsi que d'une forme d'intéressement, souvent sous la forme de **stock-options** ou de bonus financiers plus ou moins indexés sur la performance de l'entreprise.

c) Salariés

Les salariés sont en général composés des :

- **cadres**, chargés de la gestion et de la conduite des opérations par l'encadrement des ressources humaines appropriées ;
- **employés**, chargés de l'exécution des processus commerciaux et de production en liaison avec l'encadrement.

Ils perçoivent un salaire en échange de leur travail fourni au sein de l'entreprise.

II.3 Les fonctions au sein de l'entreprise

Fayol fut l'un des premiers à rationaliser et à formaliser les concepts modernes de gestion. Selon lui, il existe (cinq plus un) six groupes d'opérations ou fonctions essentielles dans l'entreprise (TECOFASC).

- soit six fonctions dites verticales ou spécifiques
 1. **Technique** : Produire, transformer et fabriquer
 2. **Commerciale** : Achat, vente et échange
 3. **Financière** : Rechercher et utiliser de façon optimale les capitaux
 4. **Administrative** : Prévoir, organiser, commander, coordonner, contrôler (POCCC).
 5. **Sécurité** : Protection des personnes et des biens
 6. **Comptabilité** : Calcul de paie et des statistiques (recensement des actifs et du patrimoine).



2.1 Les fonctions d'une entreprise d'aujourd'hui

Le nombre des fonctions s'est multiplié et pour reprendre la terminologie de Fayol, les fonctions *essentiels*, celle dont on retrouve les responsables au comité de direction sont très différentes d'une entreprise à l'autre, de la SONATRACH où l'exploration est une fonction clé dont le responsable est au comité exécutif à Apple où le design est une fonction clé dirigé par un des quatre senior vice-présidents.

Inventaire

La plupart des auteurs citent toujours les mêmes quatre fonctions, les donnent pour acquises : la production, la commercialisation, la finance et les ressources humaines

On admet traditionnellement qu'elles sont au nombre de huit (regroupant des sous-fonctions) :

- La fonction direction et administration générale ;
- La fonction achat ;
- La fonction finance et comptabilité ;
- La fonction logistique.
- La fonction marketing et commerciale ;
- La fonction production ;

- La fonction recherche et développement ;
- La fonction ressources humaines.

2.2 Les Principales Fonctions de l'Entreprise

- **Fonction de Production**

La fonction de production est chargée de la transformation des intrants en produits finis ou de la prestation de services. Elle inclut la gestion des opérations, la planification de la production, le contrôle de la qualité et l'amélioration des processus.

- **Fonction de Marketing et Vente**

La fonction de marketing et vente comprend toutes les activités liées à la promotion et à la vente des produits ou services de l'entreprise. Cela englobe la recherche de marché, le développement de la stratégie marketing, la publicité, les ventes et le service client.

- **Fonction Financière**

La fonction financière gère les ressources financières de l'entreprise. Cela implique la comptabilité, la gestion de trésorerie, la planification financière, la gestion des investissements, et la gestion des risques financiers.

- **Fonction Ressources Humaines**

La fonction des ressources humaines est chargée de la gestion du capital humain de l'entreprise. Cela comprend le recrutement, la formation, la gestion des performances, la rémunération, les relations de travail, et la gestion des conflits.

- **Fonction Recherche et Développement (R&D)**

La fonction R&D est responsable de l'innovation et du développement de nouveaux produits, services ou processus. Cela implique la recherche, la conception, le développement de prototypes, les tests, et la mise en œuvre de nouvelles solutions.

II.4 Organisation

Une entreprise repose sur un certain nombre de **fonctions** vitales qui assurent son fonctionnement. **Henri Fayol** qui les qualifiait d'« essentielles » en avait en son temps (1916) distingué six : **technique, commerciale, financière, de sécurité, comptable (informationnelle), administrative (de gestion)**. Elles sont aujourd'hui beaucoup plus nombreuses et il est difficile d'en donner une liste.

Les entreprises sont généralement organisées avec :

- **Des entités opérationnelles**, qui sont généralement axées sur les métiers (par exemple, en 2008, le groupe Danone est organisé en trois pôles : produits laitiers frais, biscuits et produits céréaliers, boissons).
- **Des fonctions transversales**, fonctions « de siège » communes au groupe, ou parfois décentralisées par pôle ou région du monde.

Classiquement, on trouve là les fonctions de direction générale, de direction financière (dont la gestion, la comptabilité, le contrôle de gestion), de ressources humaines, de marketing et communication, de recherche et développement, d'informatique, etc.

Les fonctions transversales peuvent être :

- exercées en interne par des salariés de l'entreprise.
- sous-traitées à des entreprises extérieures prestataires de service (exemple : communication externe, prestations de recherche et développement).
- voire exercées par une personne travaillant seule, en général intervenant comme consultant externe (exemple : expert qualité).

II.5 Les différents types de structures d'une entreprise

La structure d'une entreprise définit les relations hiérarchiques et fonctionnelles entre les divers collaborateurs : il s'agit de la répartition des responsabilités et du mode de communication interne à l'entreprise.

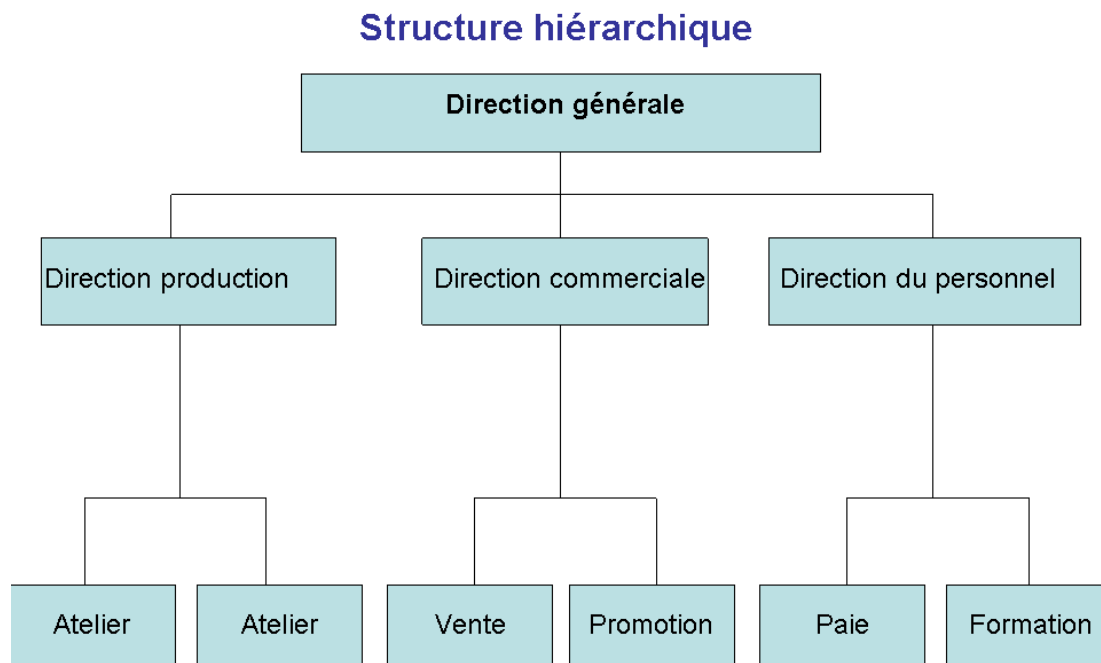
Voici les 5 principaux types de structures d'entreprise, ainsi que les avantages et les inconvénients de chacune.

II.5.1 Les structures hiérarchiques et fonctionnelles

Ce sont les plus déterminantes et les plus étudiées. Elles s'appuient sur les notions de métiers, en effet, selon les principes de **Fayol**, repris ensuite par **Taylor** : tout agent travaillant auprès d'une entreprise ne peut recevoir des ordres que d'un seul chef. C'est une **dépendance dite hiérarchique** ou d'unicité de commandement.

Il est par ailleurs possible de concevoir une organisation où plusieurs personnes donnent des ordres ou des conseils chacun par rapport à leurs compétences et fonctions respectives. Dans une telle organisation, on parlera de **dépendance fonctionnelle**.

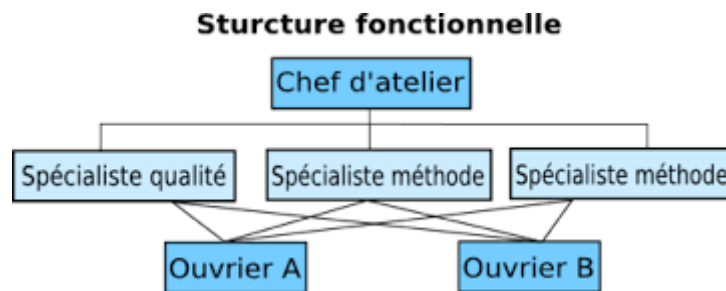
a) Les structures hiérarchiques



Chaque employé est tenu d'appliquer les consignes de son supérieur direct.

- **Avantages** : fonctionnement simple, répartition claire et précise des responsabilités et discipline sans faille.
- **Inconvénients** : rigidité, mise en place difficile et communication assez lente freinant toute prise d'initiative.

b) Les structures fonctionnelles



Elles se caractérisent par une spécialisation fonctionnelle de chaque responsable, et une diversité des connaissances et des compétences professionnelles de l'entreprise.

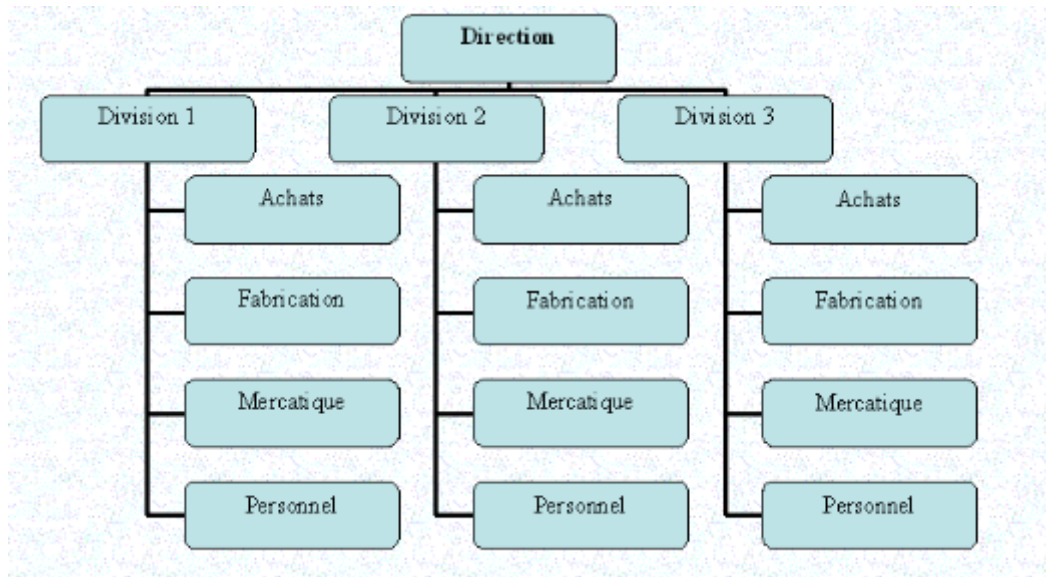
- **Avantages** : **diversité** des conseils de la part de différents spécialistes, meilleure qualité d'exécution des tâches les plus pointues et rendement supérieur.
- **Inconvénients** : risques de conflits, de dilution des pouvoirs et de manque de traçabilité des erreurs.

II.5.2 Les Structures Staff & Line (Hiérarchiques Et Fonctionnelles)

Elles consistent en une fusion entre les structures hiérarchiques et celles fonctionnelles, afin de les optimiser et d'en minimiser les inconvénients.

- **Avantages** : gestion centralisée et contribution des responsables hiérarchiques au niveau des décisions stratégiques du dirigeant.
- **Inconvénients** : communication tronquée et risque de conflits entre les responsables et leurs subordonnés.

II.5.3 La structure divisionnelle



Ce sont les structures adoptées par les entreprises œuvrant dans plusieurs domaines d'activité. Chaque division est autonome, avec ses propres ressources et sa propre structure fonctionnelle. Avec la globalisation et le décloisonnement des marchés, c'est devenu la structure la plus développée et la plus pertinente pour décrire l'activité de l'entreprise. C'est la structure qui a émergé lorsque les organisations ont dû faire face à des environnements plus complexes. En effet, l'entreprise a multiplié ses domaines de compétences sur des marchés multiples (locaux et étrangers).

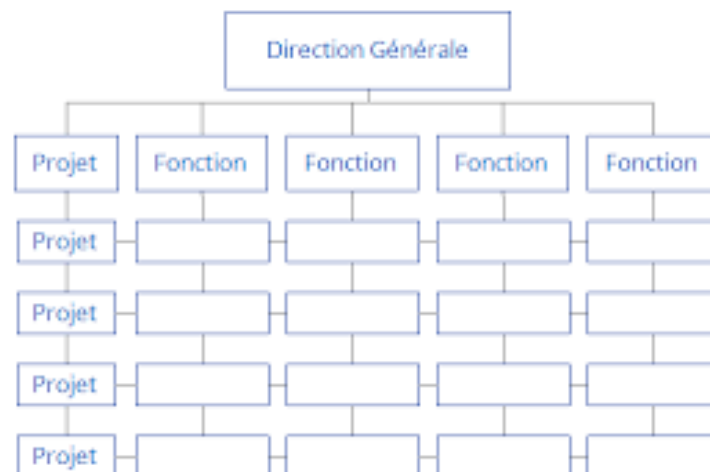
La structure divisionnelle est basée sur le découpage de l'activité d'une entreprise en sous-ensemble appelés divisions. Généralement ces divisions sont spécialisées par types de produits, clientèles ou zones géographiques. Cette structure permet aux entreprises qui possèdent une activité diversifiée voire complexe de diviser le travail au sein de l'entreprise.

La structure divisionnelle se caractérise par une décentralisation au niveau des décisions et du pouvoir. En effet, la direction générale donne la stratégie d'ensemble et chaque division gère ses responsabilités opérationnelles.

- **Avantages :** présence sur divers marchés, souplesse et une capacité d'adaptation importante.

- **Inconvénients** : manque d'assiduité et d'efficacités globales, prise en charge de l'ensemble des responsabilités par le dirigeant et nécessité d'établir un système de contrôle de gestion et d'évaluation quasi-quotidiens.

II.5.4 La structure par projet ou structure matricielle



Cette structure définit différents groupes de travail, certains sont sous une autorité opérationnelle, alors que d'autres sont sous une autorité fonctionnelle. Elles s'organisent autour d'un projet particulier, avec des fonctions bien définies pour chaque collaborateur. C'est une structure propre aux grandes entreprises qui sont caractérisées par :

- des lignes de produits variées,
- des projets longs et complexes,
- un environnement de travail en évolution rapide.
- **Avantages** : développer des activités innovantes avec une coordination optimale entre les diverses fonctions qui y sont liées et expertise assurée par chaque service fonctionnel.
- **Inconvénients** : risque de conflits et de problèmes de communication et inadaptabilité avec les grandes entreprises dont les activités sont décentralisées.

II.6. La gestion

II.6.1 Méthodes de gestion

Une entreprise doit être managée dans sa globalité.

Il convient donc d'appliquer l'ensemble des méthodes de management dédiées aux diverses fonctions composantes de l'entreprise :

- Les ressources humaines
- Les finances
- Les services comptables
- Les services commerciaux
- Les services techniques
- Les services généraux
- Les services administratifs
- La gestion de la consommation et de l'approvisionnement en énergie (à titre d'exemple, les entreprises Algériennes absorberaient plus de 50 % de l'énergie consommée dans ce pays, et peinent à réduire leurs dépenses), de plus dans le monde, après 30 ans de baisse, l'intensité énergétique (consommation d'énergie par unité de PIB, (qui est aussi un indice de gaspillage) a en 2011 commencé à ré-augmenter (+ 1,35 % en 2010).

Il convient également d'appliquer les méthodes de management liées aux processus d'affaires, afin de tenir compte de l'aspect transversal de l'activité de l'entreprise, et sa répartition à travers les fonctions.

II.6.2 Informatique de gestion

Il existe deux types d'outils pour la gestion des entreprises :

- des outils généralistes, telles que les suites bureautiques qui permettent de produire des documents, des tableaux, des présentations commerciales.
- des outils de gestion.

Ces derniers permettent de gérer chacune des fonctions de l'entreprise. Aujourd'hui, la plupart d'entre elles optent pour un **progiciel de gestion intégré** ou PGI qui a l'avantage de centraliser les données de gestion au sein d'une base de données unique.

Autrefois réservés aux grandes sociétés, ces outils sont de plus en plus répandus dans les PME et PMI.

II.6.3. Performance et évaluation de l'entreprise

Les performances d'une entreprise sont mesurées à partir d'indicateurs (de productivité concernant la production ; de ventes concernant la commercialisation ; de résultat d'exploitation concernant la gestion ; de résultat financier concernant la rentabilité globale ; etc.). Ces indicateurs sont d'autant plus nombreux que l'activité est complexe et diversifiée

II.6.4. Critères de mesure de la performance d'une entreprise

L'entreprise se dote d'un Système d'information qui lui permet de connaître l'état de son fonctionnement et de produire à l'attention des décideurs et opérateurs les tableaux de bord pertinents.

Les indicateurs mis en avant sont multiples :

- Indicateurs primaires : chiffre d'affaires, valeur ajoutée, part de marché, productivité.
- Indicateurs financiers : analyse financière, résultat net, rentabilité, capacité d'autofinancement (*Cash-flow*), cours des actions.
- Indicateurs plus complexes : compétitivité, notoriété, évaluation d'entreprise.

II.6.5. Le cas des entreprises en situation particulière

La performance de l'entreprise doit être évaluée de façon spécifique lorsque celle-ci bénéficie de subventions, aide de l'État et aide des banques ou d'un contexte « protégé », lequel peut ne pas être durable et prendre fin de façon plus ou moins brutale parce que mal anticipé.

II.6.6. Le cas des entreprises en difficulté

La performance d'une entreprise est clairement mise en cause et l'alerte doit être actionnée lorsque celle-ci doit affronter des situations problématiques : cessation de paiement, dépôt de bilan, faillite, redressement judiciaire.

II.7 Activités Annexes de l'Entreprise**II.7.1 Partenariats**

Les partenariats sont des accords de coopération entre deux ou plusieurs entreprises pour atteindre des objectifs communs. Ils peuvent inclure des alliances stratégiques, des coentreprises ou des accords de distribution.

II.7.2 Sous-Traitance

La sous-traitance consiste à confier certaines activités ou fonctions à des entreprises externes spécialisées. Cela permet à l'entreprise de se concentrer sur ses compétences clés tout en réduisant les coûts et les risques.

Conclusion

Comprendre le fonctionnement et l'organisation de l'entreprise est essentiel pour les gestionnaires et les dirigeants. Une structure bien conçue et des processus efficaces peuvent améliorer la productivité, favoriser l'innovation, renforcer la compétitivité, et assurer la pérennité de l'entreprise dans un environnement dynamique

Références

Ouvrages académiques :

1. Fayol, H. (1916). "Administration industrielle et générale" – Ce livre est une référence fondamentale sur les principes de gestion et l'organisation des entreprises.
2. Drucker, P. (1954). "The Practice of Management" – Un ouvrage clé sur la gestion d'entreprise et le rôle du management dans la performance des organisations.
3. Mintzberg, H. (1979). "The Structuring of Organizations" – Une étude approfondie sur les différentes structures organisationnelles des entreprises.

Articles et ressources en ligne:

4. Marchesnay, M. (2010). "Gestion des entreprises : Concepts et cas" – Une analyse des différentes fonctions de l'entreprise et des structures organisationnelles.
5. Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). "Marketing Management" – Référence essentielle pour comprendre la fonction marketing et commerciale au sein des entreprises.
6. Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). "The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action" – Méthodes modernes d'évaluation des performances des entreprises.

Sites et plateformes utiles :

7. Harvard Business Review (www.hbr.org) – Articles récents sur le management et l'organisation des entreprises.
8. Les Échos (www.lesechos.fr) – Actualités économiques et analyses sur les entreprises et leur gestion.
9. INSEE (www.insee.fr) – Statistiques et études sur les entreprises françaises.

Chapitre III :

Comment accéder dans une entreprise ?



Chapitre III : Comment accéder dans une entreprise ?

III.1 Introduction

Dans ce chapitre, nous explorerons en détail les différentes étapes de l'accès à une entreprise, de la recherche d'emploi à la négociation des conditions de travail. Nous aborderons également les aspects liés aux différents types d'entretiens d'embauche et à la compréhension des contrats de travail et de la rémunération.

III.2 Les Besoins et Qualités en Personnel

Avant de postuler à un poste, il est impératif de comprendre les besoins et les exigences de l'entreprise en matière de personnel. Cela comprend une analyse approfondie des compétences, des qualifications et des qualités personnelles recherchées pour chaque poste. Il est essentiel de correspondre aux critères spécifiques mentionnés dans les descriptions d'emploi pour maximiser ses chances de réussite.

III.3 Recherche des Offres d'Emploi

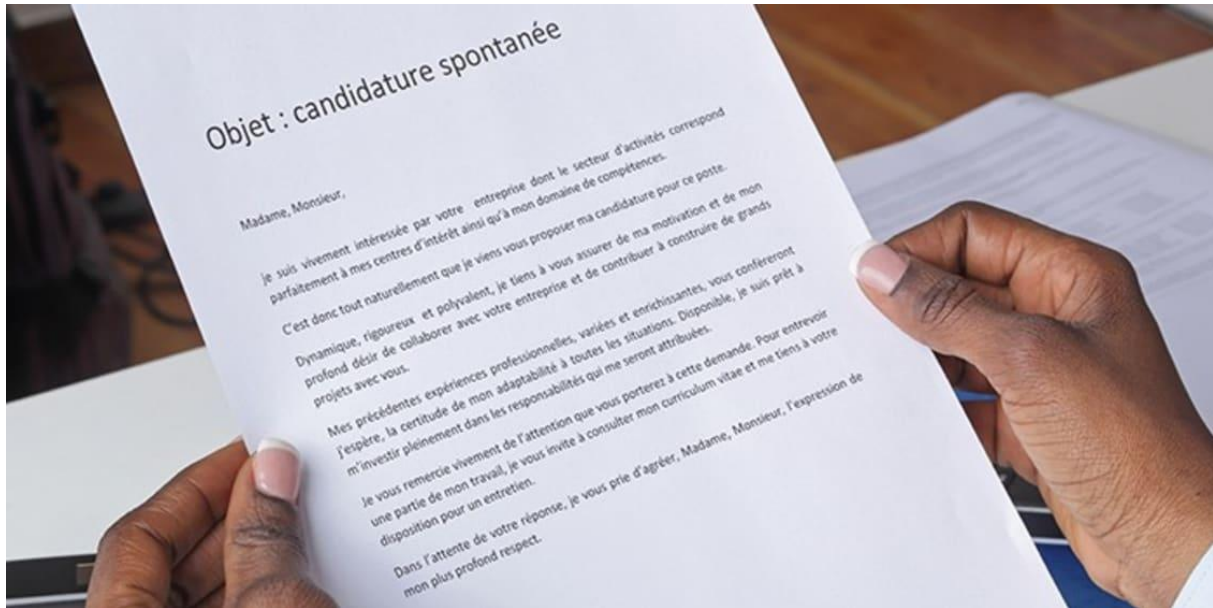
La recherche d'emploi peut se faire via diverses sources, notamment les agences de recrutement, les sites web spécialisés, les plateformes en ligne, les réseaux sociaux professionnels et les annonces publiées par les entreprises elles-mêmes sur leur site web. Il est conseillé de diversifier ses sources de recherche pour augmenter les chances de trouver des opportunités pertinentes.

III.4 Comment Postuler ?

La Demande d'Emploi

La demande d'emploi, qu'elle soit en réponse à une annonce ou une candidature spontanée, doit être soigneusement rédigée. Elle devrait mettre en avant les compétences, les expériences et les réalisations pertinentes du candidat, tout en démontrant sa motivation et son intérêt pour le poste et l'entreprise.

III.4.1. Lettre de motivation



Une bonne lettre de motivation est primordiale pour une demande d'emploi efficace. Si le recruteur n'est pas tenté par votre lettre, il ne lira même pas votre CV. Il est donc primordial d'y passer du temps. Commencez par prendre une feuille de brouillon pour noter vos idées. C'est très scolaire, mais ça marche ! Demandez-vous :

- Pourquoi je contacte cette entreprise ?
- Qu'est-ce que je peux lui apporter ?
- En quoi est-ce que je corresponds au poste ?

Ensuite seulement, vous pourrez vous atteler à la rédaction. Si vous avez l'intention de mettre en avant des informations sur l'entreprise (par exemple leur dire que leur développement à l'international vous intéresse), vérifiez bien vos sources et vos informations.

Exemples de lettre de motivation :

[Nom Prénom]

[Adresse]

[Code postal / Ville]

[N° Tél]

[Courriel]

[Nom Prénom ou raison sociale du destinataire]

[Adresse]

[Code postal / Ville]

Fait à [Ville], le [Date].

PJ : Curriculum Vitae

Objet : Candidature au poste de [emploi]

Madame, Monsieur,

Actuellement à la recherche d'une opportunité professionnelle, je vous adresse ma candidature pour le poste de [emploi], convaincu que mes compétences et mon engagement correspondent à vos attentes.

[Si le candidat a peu d'expérience professionnelle]

Ma formation en [préciser la formation] m'a permis d'acquérir des compétences solides en [mentionner des compétences pertinentes]. Dynamique, rigoureux(se) et doté(e) d'un fort esprit d'équipe, je suis prêt(e) à mettre mon enthousiasme et ma motivation au service de votre entreprise.

[Si le candidat possède une expérience significative]

Fort(e) d'une expérience en tant que [emploi], j'ai développé une expertise en [mentionner les compétences clés] et une capacité à gérer efficacement [situations ou responsabilités]. Mon adaptabilité et mon sens des responsabilités me permettent de répondre aux défis et aux imprévus avec efficacité et autonomie.

Intégrer votre entreprise serait une opportunité enrichissante, me permettant de contribuer activement à vos projets tout en poursuivant mon développement professionnel. Enthousiaste à l'idée d'échanger avec vous sur ma candidature, je reste à votre disposition pour un entretien à votre convenance.

Dans l'attente de votre retour, je vous prie d'agréer, Madame, Monsieur, l'expression de mes salutations distinguées.

[Signature]

[Nom Prénom]

[Adresse]

[Code postal / Ville]

[N° Tél]

[Courriel]

[Nom Prénom ou raison sociale du destinataire]

[Adresse]

[Code postal / Ville]

Fait à [Ville], le [Date].

PJ : Curriculum Vitae

Objet : Candidature au poste de Technicien Supérieur en Génie Mécanique

Madame, Monsieur,

Titulaire d'une licence en Génie Mécanique, je souhaite vous proposer ma candidature pour le poste de Technicien Supérieur. Passionné par la conception et la maintenance des systèmes mécaniques, je suis convaincu que mes compétences techniques et mon dynamisme seront des atouts pour votre entreprise.

Au cours de ma formation à [nom de l'établissement], j'ai acquis des compétences en conception assistée par ordinateur (CAO), en analyse des matériaux et en maintenance industrielle. Mes stages chez [nom de l'entreprise ou des entreprises] m'ont permis de mettre en pratique ces connaissances et d'affiner mes capacités d'analyse et de résolution de problèmes.

Autonome et rigoureux, je suis capable de travailler en équipe tout en gérant efficacement mes responsabilités. Mon adaptabilité et ma capacité à proposer des solutions innovantes me permettront de répondre aux défis techniques rencontrés au sein de votre entreprise.

Je serais honoré de vous rencontrer pour discuter plus en détail de ma candidature et de la manière dont je pourrais contribuer à vos projets. Restant à votre disposition pour un entretien, je vous prie d'agréer, Madame, Monsieur, l'expression de mes salutations distinguées.

[Signature]

[Nom Prénom]

[Adresse]

[Code postal / Ville]

[N° Tél]

[Courriel]

[Nom Prénom ou raison sociale du destinataire]

[Adresse]

[Code postal / Ville]

Fait à [Ville], le [Date].

PJ : Curriculum Vitae

Objet : Candidature au poste de Technicien Supérieur en Aéronautique

Madame, Monsieur,

Diplômé en Aéronautique de l'Université Djilali LIABES de Sidi Bel Abbés, je suis enthousiaste à l'idée de mettre mes compétences et ma passion au service de votre entreprise en tant que Technicien Supérieur.

Ma formation m'a permis d'acquérir une expertise en conception, maintenance et diagnostic des systèmes aéronautiques. J'ai développé des compétences en mécanique du vol, en aérodynamique et en maintenance des structures, qui me permettent d'intervenir efficacement sur des projets complexes. Lors de mes stages chez [**nom de l'entreprise**], j'ai renforcé mes capacités en analyse et en résolution de problèmes, ainsi qu'en travail d'équipe dans un environnement exigeant.

Curieux, méthodique et rigoureux, je saurai m'intégrer rapidement à votre équipe et contribuer activement à vos projets. Mon sens du détail et mon engagement envers l'innovation seront des atouts précieux pour votre entreprise.

Je serais ravi d'échanger avec vous sur ma candidature et de vous exposer plus en détail mes motivations lors d'un entretien. Dans l'attente de votre retour, veuillez agréer, Madame, Monsieur, l'expression de mes salutations distinguées.

[Signature]

Comment faire une lettre de motivation ?

Une bonne lettre de motivation se décompose en quatre paragraphes. Voici comment, idéalement, doit s'articuler votre lettre de motivation. Bien entendu, il s'agit d'un exemple et il est possible de prendre quelques libertés avec ce modèle. Dans tous les cas, il faut bien garder à l'esprit la chose suivante : la lettre de motivation doit être faite sur mesure.

- **Premier paragraphe** : Dans le premier paragraphe, il faut indiquer la raison pour laquelle vous écrivez à l'entreprise. Faites référence à la petite annonce à laquelle vous répondez et mentionnez le poste sur lequel vous souhaitez être recruté. Expliquez au besoin pourquoi vous envoyez une candidature spontanée. Si vous écrivez sur recommandation d'un salarié de l'entreprise, mentionnez-le à ce moment-là.
- **Second paragraphe** : Indiquez votre parcours académique et professionnel. Puis expliquez concrètement en quoi vos compétences pourraient être utiles. Pour réussir ce paragraphe, examinez attentivement l'annonce à laquelle vous répondez. Et tâchez d'y inclure les compétences demandées. Par exemple, s'il est demandé de l'autonomie, montrez qu'il s'agit d'un de vos points forts.
- **Troisième paragraphe** : Dans ce troisième paragraphe, l'enjeu est de dire en quelques lignes ce qui vous attire dans l'entreprise en question. N'hésitez pas à vous documenter sur elle en amont.
- **Quatrième paragraphe** : Dans cette dernière partie, il faut préciser que vous êtes à la disposition du recruteur pour le rencontrer. Elle précède la traditionnelle formule de politesse.

L'orthographe doit évidemment être parfaite. Même si vous utilisez notre exemple de lettre de motivation, relisez-vous et n'hésitez pas à vous faire relire par une autre personne. Utilisez aussi le correcteur automatique de votre traitement de texte. Une faute d'orthographe peut être rédhibitoire surtout, si l'emploi désiré implique des tâches de rédaction (secrétariat, journalisme...).

Faites une lettre aérée, aux paragraphes bien distincts. N'hésitez pas à utiliser la fonction "justifier" de votre traitement de texte pour bien ordonner les paragraphes si vous envoyez votre lettre via un document distinct en pièce jointe ou imprimé. Si vous imprimez votre lettre, utilisez un papier blanc simple avec vos coordonnées en entête et évitez les papiers à lettres trop sophistiqués.

Même en cas de candidature par e-mail, votre lettre de motivation doit avoir une présentation correcte. Evitez les paragraphes trop longs qui peuvent être difficiles à lire sur les mobiles. Si vous voulez envoyer une lettre manuscrite par la Poste, ne le faites que si votre écriture est irréprochable.

Exemple de lettre de motivation pour un stage

Il existe autant d'exemples de lettre de motivation possibles que de situations nécessitant l'envoi d'un tel courrier. Il est donc nécessaire de prendre en compte toutes les spécificités du contexte dans lequel on rédige une lettre de motivation lorsqu'on s'y attèle.

Formule de politesse pour une lettre de motivation :

Dans une lettre de motivation, il ne faut ni en faire trop, au risque de paraître faux, ni pas assez, au risque de manquer de respect à son interlocuteur

Ecrire une lettre de motivation simple :

Si le fond est important, il ne faut pas négliger la mise en forme. C'est la première chose que le recruteur verra.

- **La longueur** : une lettre, sauf cas exceptionnel, ne doit pas faire plus d'une page ; le recruteur y consacrera une minute, elle doit donc être claire et concise. Une bonne lettre de motivation doit être simple et courte.
- **La formulation** : le degré d'originalité que vous pouvez vous permettre dépendra de votre interlocuteur. Dans le milieu du spectacle, on peut se montrer plus libre que dans la banque, par exemple. Toutefois, et surtout si vous ne savez pas bien qui est la personne qui va vous lire, mieux vaut miser sur la sobriété.

III.4.2 Le curriculum vitae

Le *Curriculum Vitae* (CV) est un document qui retrace votre parcours scolaire/universitaire et professionnel. Ce parcours fait alors état de compétences pour un poste visé. Le rôle du CV se situe principalement dans la recherche d'emploi, mais il est parfois demandé pour postuler dans un établissement d'enseignement supérieur.

Votre CV doit être conçu et présenté comme un outil marketing. En effet, son objectif principal est de vous vendre auprès des recruteurs ! Il faut savoir qu'un recruteur consacre généralement entre 20 secondes et 1 minute à sa première lecture, il est donc primordial d'être convaincant très rapidement.

III.4.2.a Règle d'or d'un bon CV :



À trop vouloir être original, on se casse souvent les dents ! La structure de votre CV doit rester la plus simple possible : la forme ne doit pas l'emporter sur le fond. Votre CV doit être agréable à lire. Il doit donc être aéré, structuré, organisé, et les éléments importants doivent être mis en évidence. Jouer la carte de l'originalité peut être valorisant si vous souhaitez trouver un poste dans le domaine de la communication par exemple.

Si vous êtes débutant, le CV doit tenir sur une page, mais si vous êtes confirmé vous pouvez aller jusqu'à deux pages. Le CV se divise normalement en 5 ou 6 parties, dont les intitulés sont :

1. État Civil

Votre état civil doit figurer en haut à gauche ou à droite de votre CV. Vous n'avez pas besoin d'intituler cette partie « état civil ». Vous devez mentionner :

- Prénom (en lettres minuscules) et nom (en lettres capitales),
- Âge et/ou date de naissance,
- Adresse postale,
- Numéro de téléphone,

- Adresse e-mail (il faut qu'elle soit professionnelle, évitez à tout prix les adresses trop personnelles du type « louloudu71@gmail.com » !)
- Si vous êtes titulaire du permis de conduire, n'hésitez pas à le mentionner.

La photo est-elle obligatoire sur un CV ? Non la photo n'est pas obligatoire, mais elle est appréciée par les recruteurs. Optez pour une photo d'identité sur laquelle vous avez un look soigné. Cette photo doit être valorisante et professionnelle, à l'image de votre CV !

2. Formation

La partie « Formation » doit retracer votre parcours scolaire et universitaire. En général, un étudiant qui a peu d'expérience professionnelle place cette catégorie en premier dans son CV.

La meilleure solution reste de mettre en valeur votre dernier diplôme en date ou le plus significatif. Évitez de détailler tout votre cursus année par année. Cette démarche est inutile et fastidieuse pour le recruteur. Allez à l'essentiel ! Par exemple, indiquez : Dates - Études suivies et/ou diplôme obtenu (voire les mentions) – Nom de l'établissement fréquenté – Éventuellement les options et les compétences acquises.

3. Expérience(s) professionnelle(s)

Il est plus courant de voir cette catégorie au singulier. Toute expérience professionnelle compte : stages, alternances, jobs étudiant, emplois (descriptif factuel).

Les étapes professionnelles doivent être datées. Mieux vaut placer les expériences les plus récentes en tête de liste. Si possible, détaillez chaque expérience avec les principales missions que vous avez effectuées dans chaque entreprise. Exemple : Date d'entrée et de départ / Nom de l'entreprise / Type de contrat / Intitulé du poste / Mission principale

Cette partie est très importante, car c'est par le biais de vos expériences professionnelles que le recruteur pourra juger de votre aptitude à être opérationnel sur le marché du travail.

4. Langues

Dans cette catégorie, vous devez mentionner les langues étrangères parlées et écrites avec votre niveau : « notions », « parlé », « écrit », « courant... ». Si vous avez passé un test de langues comme le TOEFL, le TOEIC, ou l'IELTS, indiquez votre score !

Si vous avez séjourné dans un pays étranger, précisez-le, c'est un avantage pour vous **différencier des autres candidats**, notamment si vous postulez pour un poste à ambition internationale !

5. Informatique

Concernant les compétences informatiques, c'est dans cette catégorie que vous devez les mentionner. Si vous le voulez, vous pouvez coupler cette partie avec celle des langues. N'hésitez pas à indiquer que vous savez utiliser les logiciels bureautiques de base (traitement de texte, tableur, présentation) mais aussi les plus complexes (base de données, outils PAO).

6. Centres d'intérêt / Loisirs

Pour cette dernière catégorie, privilégiez comme titre « centre d'intérêt » ou « loisirs » plutôt que « divers » ou « autres. Vos activités extrascolaires apparaissent dans cette catégorie : activités sportives, culturelles ou artistiques, mais aussi caritatives et associatives.

Vous ne devez surtout pas négliger cette dernière étape, car nombreux sont les recruteurs qui estiment que la participation aux activités d'une association ou d'un sport favorise l'intégration de l'employé au sein de l'entreprise. Au lieu d'écrire seulement « foot », prenez le temps d'indiquer depuis combien de temps vous en pratiquez, ou si vous avez participé à des compétitions importantes, etc. De même, si vous faites partie d'une association, présentez rapidement votre rôle et le but de l'association !

***NB :** Pour chaque emploi / stage occupé, n'oubliez pas de mentionner : le nom de l'entreprise, la durée pendant laquelle vous avez occupé ce poste, l'intitulé du poste occupé, les missions réalisées et les résultats obtenus.*

Conseils pour faire un bon Curriculum Vitae

– Imprimez-le avant de l'envoyer, afin de juger son rendu une fois imprimé. En effet, il arrive souvent que le rendu de votre CV sur ordinateur soit différent à celui imprimé (couleur, marge, taille, etc.)

– Lisez-le une fois imprimé. Demandez à quelqu'un de votre famille ou de votre entourage de le corriger. De cette manière vous pourrez savoir si votre CV est lisible et compréhensible.

– Enfin posez-vous ces questions : Mon CV reflète-t-il m'a personnalité ? Mon CV est-il convaincant ?

III.4.3. Entretien d'embauche

L'**entretien** est un dialogue qui permet un échange d'informations. ... c'est une situation d'échange, de communication.

L'**entretien d'embauche** (ou **entretien de recrutement**) est le moment où le candidat à un poste et l'employeur (ou un intermédiaire tel que le conseil en **recrutement**) se rencontrent. Le candidat doit mettre en avant son expérience, ses compétences et sa personnalité à travers la description de son parcours professionnel.



L'**entretien d'embauche** a pour but de vérifier en quoi et comment les compétences du candidat sont à même de répondre au poste à pourvoir.

Ces entretiens ne visent pas à évaluer le marché de l'emploi (c'est le rôle des salons et des forums). L'entretien de recrutement résulte d'une demande conjointe de l'entreprise et du candidat, d'obtenir une compétence en échange d'un salaire, correspondant pour le candidat à la poursuite logique de son projet professionnel¹.

L'intérêt d'un entretien est de vérifier que le CV correspond bien à la personne. Le candidat ne doit pas « lire » son CV (ce que le recruteur a déjà fait) mais doit savoir « se vendre » (plus exactement se louer, se valoriser) en mettant en valeur son parcours professionnel et en parlant de son vécu (ce qui n'apparaît pas dans le CV).

Cette phase précède la signature du contrat d'embauche et met en évidence les qualités du candidat : ses compétences, sa « motivation », sa capacité d'écoute, de compréhension, d'analyse, de synthèse, d'argumentation, d'adaptation, de maîtrise de soi, de discipline, de méthode de travail, d'élocution, de répartie, etc. et permet au recruteur d'approfondir les tâches à accomplir.

a) Avant l'entretien

L'évolution croissante du marché peut amener l'entreprise à avoir besoin d'embaucher un salarié. Le recruteur doit alors définir le type de poste à pourvoir et les compétences clés qui lui sont attachés. Ceci fait, il diffuse une annonce en interne (réseau relationnel) puis via le réseau externe par les journaux, les petites annonces et par les sites de recrutement.

Le candidat, après avoir défini son projet professionnel, avoir envoyé son CV et sa lettre de motivation personnalisée est contacté par un ou des recruteurs. Le recruteur peut s'il s'y prend mal être attaqué pour discrimination à l'embauche (Droit du travail).

Vient ensuite l'étape de sélection des entretiens d'embauches sur la base des critères du besoin à pourvoir.

La date, le lieu et la personne à rencontrer sont souvent convenus par téléphone (ou par mail) auparavant par les parties.

b) Préparation

Le candidat doit venir avec un minimum de documents : son CV, sa lettre de motivation, des photocopies de ses derniers diplômes, de sa photo d'identité, de sa carte vitale certificat(s) de travail, et éventuellement une copie de la dernière feuille de paye (attention, communiquer cette dernière au futur employeur ne procure pas toujours un avantage, mais il peut être bon de l'avoir avec soi pour des sociétés d'intérim par exemple...).

Le rôle de la lettre de motivation va bien au-delà d'un simple document d'information : elle constitue la trame du récit du candidat et constitue avec le cv, le fil conducteur de l'entretien.

Prévoir des moyens de communication : un téléphone portable en cas de retard (penser à l'éteindre avant l'entretien). Les petites et moyennes entreprises (PME) se regroupent souvent à une même adresse pour diminuer les coûts de location. Il faut donc connaître le code d'entrée (s'il y a lieu), l'étage (de même), le nom de l'entreprise, le nom de la/les personne(s) et sa/leur fonction(s). Connaître le nom et la fonction de la personne qui va vous recevoir est important ; si vous n'avez pas pu recueillir cette information auprès de l'interlocuteur que vous avez eu au téléphone lors de la prise du rendez-vous, ne pas hésiter à (re)téléphoner au standard/à l'accueil pour s'enquérir de cette information -ou encore, se la faire confirmer en arrivant le jour de l'entretien, toujours auprès de la personne de l'accueil.

c) Les formes d'entretien

L'entretien se déroule entre un candidat et un recruteur. Mais également avec plusieurs recruteurs ou encore avec plusieurs candidats. Il peut être formel ou informel. L'entretien d'embauche peut se faire sous la forme d'une rencontre en face à face ou bien d'un entretien téléphonique⁴. Le choix de la technique de recrutement dépend du poste à pourvoir.

La préparation peut se faire avec un accompagnateur (parents, amis, frères et sœurs etc., voire un coach dans la terminologie anglo-saxonne) et vise à anticiper les futures questions. Il faut savoir gérer le temps de parole (ni trop, ni trop peu).

Le recruteur tente d'intimider le candidat : le but de cet entretien est de voir comment il gère son stress. Il va douter de la véracité des propos du postulant, mettre le candidat dans des situations embarrassantes de type surcharge de travail et gestion de conflit. Une autre tactique consiste à parler dans des styles différents et à placer le candidat dans un environnement hostile (bruits ambiants ex. : téléphone qui sonne à répétition, personnes qui parlent fort, personnes qui entrent et sortent de la pièce etc.). Le recruteur joue un rôle, et essaye délibérément de « sortir le candidat de ses gonds » en mettant le plus de pression possible.

Dans beaucoup d'entreprises, des tests de psychométrie sont demandés pour vérifier les performances intellectuelles et les composantes de la personnalité.

Les entretiens vidéo sont une nouvelle tendance permettant de faire gagner beaucoup de temps aux recruteurs comme aux candidats. Ils peuvent se faire en direct avec des outils comme Skype ou Google Hangouts mais aussi en différés avec des logiciels spécialisés tel que easyrecrue ou visiotalent.

d) L'attitude à avoir

- Tenue vestimentaire appropriée
- Avoir une attitude ouverte et correcte
- Regarder ses interlocuteurs dans les yeux
- Être poli
- Ne jamais dire de mal de ses précédents employeurs
- Ne pas jouer sur la corde sensible
- Bien gérer sa nervosité

e) Le recruteur

Les recruteurs sont généralement soit : votre futur supérieur direct, le Directeur des ressources humaines, l'ancien titulaire du poste ou la personne qui va vous mettre en relation avec les 3 autres.

- Le recruteur n'est pas un ennemi ni un ami ;
- Il est à l'écoute de la forme autant que du fond ;
- Il connaît la société ;
- Il connaît / ou a rédigé l'annonce ainsi que les critères de sélection ;
- Il s'est renseigné sur / ou connaît le poste ;
- Le recruteur a déjà lu le cv ;
- Il a préparé ses questions.

f) Le candidat

Il reste lui-même. Pas servile, mais poli. Actif, à l'écoute, avec une attitude ouverte, ne joue pas avec tout ce qui lui tombe sous la main. Prendre des notes si nécessaire.

- Il connaît son parcours professionnel et est capable d'en faire un résumé en mettant en avant une corrélation avec le poste à pourvoir ;
- Il a des vues sur son avenir professionnel (il connaît ses motivations et sait combien de temps il va rester dans l'entreprise) ;
- Il s'est renseigné sur / ou connaît le poste ;
- Il connaît l'annonce ainsi que les critères de sélection ;
- Il s'est renseigné sur la société (il connaît son secteur, ses performances, sa culture d'entreprise, sa stratégie, ses produits et services, ses clients, ses partenaires) ;
- Il a préparé des questions pertinentes (sur l'entreprise, le poste, sa carrière) ;
- Il a réfléchi aux questions qui lui seront posées et est capable d'y répondre avec naturel et précision.
- Il est capable de citer une liste de personnes références

g) La conversation / Les questions les plus fréquentes

L'entretien dans la mesure du possible doit être une conversation plutôt qu'une série de questions et de monologues (3-4 minutes maximum à chaque fois).

L'entretien commence par une accroche qui vise à mettre à l'aise le candidat ou, au contraire, faire une entrée en matière brutale afin de tester sa répartie¹³.

Vient ensuite la présentation des parties (les points 1 et 2 peuvent être inversés) :

1. le recruteur se présente, présente sa société et le poste à pouvoir ;
2. le candidat se présente (ses études, son parcours professionnel, son futur).

Il reste ensuite 3 phases :

1. échanges d'intérêts entre les parties ;
2. négociation sur le salaire, les avantages en nature etc. ;
3. suite donnée à l'entretien.

Les questions les plus fréquentes en entretien d'embauche (d'après Yves Gautier, Coach Emploi)

1. Présentez-vous !
2. Quelles sont vos qualités et quels sont vos défauts ?
3. Pourquoi vous et pas un autre ?
4. Pourquoi voulez-vous travailler dans notre entreprise ?
5. Quelle est votre motivation ?
6. Pourquoi avez-vous quitté votre dernier poste ?
7. Avez-vous des questions ?
8. Une fois en poste, que ferez-vous ?
9. Comment vous voyez-vous dans 5 ans ?
10. Quelles sont vos prétentions salariales ?

h) Fin de l'entretien

- Bilan oral de l'entretien, questions complémentaires éventuelles qui réclament souvent un travail préparatoire
- Choisir qui a l'initiative du contact et sous quel délai il va avoir lieu
- Souvent le recruteur posera la question "avez-vous des questions pour moi ? ". Plusieurs types de réponses sont recevables : les questions sur la clientèle, les questions d'actualité, les questions sur l'évolution du secteur, les questions sur l'organisation des équipes, et enfin les questions sur votre interviewer.

i) Après l'entretien

- Faire un compte rendu sur l'entreprise, le poste, l'interlocuteur, vous-même, la suite ;
- Relancer le recruteur pour obtenir une réponse après deux semaines¹⁷ ;
- Demander les raisons de l'échec pour récupérer les informations nécessaires au succès d'une prochaine candidature (sans discuter la décision, savoir si c'est à cause de l'expérience, de l'inadéquation du profil etc.) ;
- Planification d'un autre rendez-vous.

j) Les Différents Types d'Entretiens d'Embauche

- **L'Entretien Individuel**

L'entretien individuel est l'étape la plus courante du processus de recrutement. Il permet aux employeurs d'évaluer les compétences techniques, les compétences interpersonnelles et la culture d'entreprise du candidat. Se préparer en effectuant des recherches sur l'entreprise, en anticipant les questions et en mettant en avant ses réalisations peut renforcer la confiance du candidat.

- **Les Entretiens de Groupe**

Les entretiens de groupe sont conçus pour évaluer les compétences en communication, la capacité à travailler en équipe et la réactivité face à des situations de groupe. Il est important de rester professionnel, de contribuer activement aux discussions et de faire preuve de respect envers les autres candidats.

- **Les Tests et Évaluations**

Certains employeurs peuvent administrer des tests psychométriques, des mises en situation ou des évaluations de compétences techniques pour évaluer les aptitudes des candidats. Se préparer à ces tests en pratiquant régulièrement et en se familiarisant avec le format et le contenu peut aider à se sentir plus à l'aise et à maximiser ses performances.

III.5 Les Types de Contrats de Travail



- **Contrat à Durée Indéterminée (CDI)**

Le CDI est un contrat de travail sans terme fixe, offrant une stabilité et une continuité d'emploi. Il définit les droits et les responsabilités de l'employeur et du salarié, ainsi que les conditions de travail, le salaire et les avantages sociaux. Il est important de lire attentivement toutes les clauses du contrat avant de le signer.

- **Contrat à Durée Déterminée (CDD)**

Le CDD est un contrat de travail conclu pour une durée fixe, spécifiée à l'avance. Il est généralement utilisé pour des missions temporaires, des remplacements ou des projets spécifiques. Les conditions de travail, la durée du contrat et les raisons du recours au CDD doivent être clairement spécifiées dans le contrat.

III.6 Salaire et Fiche de Paie



- **Calcul du Salaire**

Le salaire peut être déterminé de différentes manières, en fonction du mode de rémunération (horaire, mensuel, annuel) et des composantes incluses (salaire de base, primes, avantages sociaux). Il est important de comprendre les éléments qui composent la rémunération et de s'assurer qu'elle est conforme aux lois et réglementations en vigueur.

- **La Fiche de Paie**

La fiche de paie est un document détaillant les éléments de la rémunération d'un salarié pour une période donnée. Elle inclut le salaire de base, les heures travaillées, les congés payés, les cotisations sociales et les déductions fiscales. Il est essentiel de comprendre chaque élément de la fiche de paie pour vérifier son exactitude et assurer une rémunération équitable.

III.7 Conclusion

Accéder à une entreprise et réussir dans son processus de recrutement nécessite une préparation minutieuse, une bonne compréhension des attentes des employeurs et une maîtrise des techniques de recherche d'emploi et de négociation contractuelle. En suivant les conseils et en se tenant informé des meilleures pratiques, les candidats peuvent maximiser leurs chances de succès et trouver un emploi correspondant à leurs aspirations professionnelles.

Références :

Livres et Manuels

1. "Techniques de recherche d'emploi" – Bernard Gazier
 - Ce livre aborde les stratégies efficaces pour rédiger un CV, préparer un entretien et réussir son insertion professionnelle.
2. "Les clés du recrutement" – Laurent Brouat
 - Un guide sur les attentes des recruteurs, les types de contrats et les étapes d'un entretien d'embauche.
3. "L'insertion professionnelle des jeunes diplômés" – Collectif sous la direction de Pierre Cahuc
 - Une analyse des défis et solutions pour intégrer le marché du travail après les études.

Sites Web et Ressources en Ligne

1. Pôle Emploi (www.pole-emploi.fr)
 - Offres d'emploi, conseils sur la rédaction de CV et simulations d'entretien.
2. LinkedIn Learning (www.linkedin.com/learning/)
 - Cours sur le réseautage, la recherche d'emploi et la préparation aux entretiens.
3. APEC (www.apec.fr)
 - Aide à la recherche d'emploi pour les jeunes diplômés et les cadres.
4. ANEM Algérie (www.anem.dz)
 - Portail de l'Agence Nationale de l'Emploi en Algérie, utile pour la recherche d'offres et d'informations sur le marché du travail.

Articles et Guides

1. "Comment rédiger un CV percutant ?" – Le Monde de l'Emploi
2. "Les erreurs à éviter en entretien d'embauche" – Harvard Business Review
3. "CDI vs. CDD : Quels avantages et inconvénients ?" – Juritravail

Chapitre IV :

Comment Créer sa Propre Entreprise ?



Chapitre IV : Comment Créer sa Propre Entreprise ?

IV.I Introduction

La création d'une entreprise est un voyage passionnant et stimulant, mais qui nécessite une planification minutieuse, une évaluation réaliste des ressources disponibles et une compréhension approfondie des défis à relever. Dans ce chapitre, nous explorerons le parcours du créateur d'entreprise, depuis la génération d'une idée jusqu'à la recherche de financement, en mettant en lumière les dispositifs d'aides financières disponibles en Algérie.

IV.1. Le Parcours du Créateur d'Entreprise

IV.1.1 Génération de l'Idée

- Techniques pour générer des idées commerciales innovantes.
- L'importance de la recherche de marché et de l'analyse de la concurrence.
- Exemples de succès et d'échecs dans la génération d'idées d'entreprise.

IV.1.2 Capital Initial



- Évaluation des besoins en capital pour démarrer une entreprise.
- Sources potentielles de financement initial : épargne personnelle, prêts familiaux, investisseurs providentiels.

- Conseils pour gérer efficacement les ressources financières limitées lors du démarrage d'une entreprise.

IV.1.3 Aide Financière et Soutien

- Présentation des principaux dispositifs d'aide financière disponibles en Algérie.
- Analyse des critères d'éligibilité et des avantages de chaque dispositif.
- Témoignages de entrepreneurs ayant bénéficié de ces aides.

IV.2. Comment Trouver une Bonne Idée

IV.2.1 Identification des Besoins du Marché

- Méthodes pour identifier les lacunes sur le marché et les opportunités non satisfaites.
- Importance de l'écoute des clients potentiels et de la compréhension de leurs besoins.

IV.2.2 Le Processus de Créativité

- Techniques de brainstorming et de mind mapping pour générer des idées novatrices.
- Utilisation de la créativité pour résoudre les problèmes et créer de la valeur pour les clients.

IV.2.3 Validation de l'idée

- Méthodes pour tester la viabilité d'une idée d'entreprise.
- Importance des prototypes, des sondages et des focus groupes dans la validation de l'idée.

IV.3. Dispositifs d'Aides Financières à l'Investissement

IV.3.1 Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ)

- Présentation des services et des programmes offerts par l'ANSEJ.

- Critères d'éligibilité pour bénéficier de l'aide financière de l'ANSEJ.

a) Présentation de l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ)



L'**Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ)** est un organisme public algérien créé dans le but de promouvoir l'employabilité des jeunes et de soutenir l'auto-emploi en facilitant la création de nouvelles entreprises. Elle a été mise en place pour répondre aux défis du chômage chez les jeunes, en particulier ceux ayant peu ou pas d'expérience professionnelle. L'ANSEJ offre diverses formes d'assistance pour encourager les jeunes à se lancer dans des projets entrepreneuriaux.

Services et programmes offerts par l'ANSEJ

L'ANSEJ propose plusieurs programmes et services pour accompagner les jeunes dans leurs projets d'entrepreneuriat. Les principaux sont les suivants :

1. Le financement de la création d'entreprises :

- L'ANSEJ offre un **soutien financier** aux jeunes porteurs de projets sous forme de prêts à taux avantageux. Ces prêts sont destinés à financer la création de petites et moyennes entreprises.
- Ces financements couvrent divers secteurs d'activité, tels que l'agriculture, le commerce, l'artisanat, et les services.

2. L'accompagnement et la formation :

- Avant d'accorder un financement, l'ANSEJ propose une **formation** aux jeunes candidats pour les préparer à gérer efficacement une entreprise. Cette formation porte sur des sujets tels que la gestion financière, le marketing, la stratégie commerciale, etc.

- Un suivi est également effectué après la création de l'entreprise pour s'assurer de la bonne gestion et de la pérennité des projets.
3. **Le soutien technique et administratif :**
 - L'ANSEJ aide les jeunes à réaliser les démarches administratives nécessaires à la création de leur entreprise, notamment l'enregistrement de l'entreprise, l'obtention des permis, et la gestion des démarches fiscales et sociales.
 4. **Le programme de subvention pour les projets innovants :**
 - Pour les projets particulièrement novateurs ou dans des secteurs spécifiques comme les nouvelles technologies, l'ANSEJ peut offrir des **subventions ou des aides supplémentaires** pour encourager l'innovation.
 5. **Le programme d'aide à l'emploi pour les jeunes diplômés :**
 - Ce programme permet aux jeunes diplômés de trouver un emploi ou de bénéficier de stages professionnels dans des entreprises privées ou publiques.
-

b) Critères d'éligibilité pour bénéficier de l'aide financière de l'ANSEJ

Pour bénéficier de l'aide financière de l'ANSEJ, les jeunes doivent remplir certains critères :

1. **Âge :**
 - L'ANSEJ cible principalement les jeunes âgés de 19 à 40 ans, mais une attention particulière est portée aux jeunes de moins de 30 ans pour les projets d'auto-emploi.
2. **Nationalité :**
 - Les candidats doivent être de **nationalité algérienne**.
3. **Expérience professionnelle :**
 - L'ANSEJ ne demande pas forcément une grande expérience professionnelle, mais il est recommandé que le porteur de projet ait une **formation ou des compétences** en rapport avec le secteur dans lequel il souhaite créer son entreprise.
4. **Projet viable :**
 - Le projet proposé doit être **viable** et avoir un potentiel de développement économique. Il doit répondre aux besoins du marché local et être bien structuré (plan d'affaires solide, étude de faisabilité, etc.).
5. **Absence de soutien financier extérieur :**
 - Le candidat ne doit pas bénéficier d'autres aides financières de la part d'autres institutions ou programmes d'État.

6. Non-appartenance à des secteurs exclus :

- L'ANSEJ ne finance pas les projets dans certains secteurs jugés non prioritaires ou à risque, comme les projets trop spéculatifs.

Conclusion

L'ANSEJ joue un rôle crucial dans la réduction du chômage chez les jeunes en Algérie en soutenant leurs initiatives entrepreneuriales. Par ses programmes de financement, de formation et d'accompagnement, elle contribue au développement économique du pays tout en permettant aux jeunes de réaliser leurs projets. Les études de cas montrent que, avec les bons soutiens et la motivation, les jeunes peuvent réussir dans des secteurs variés, de l'artisanat aux technologies.

IV.3.2 Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC)

- Objectifs et missions de la CNAC dans le soutien à la création d'entreprises.
- Processus de demande et critères d'admissibilité pour les prêts de la CNAC.



La **Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC)** est un organisme public algérien fondé pour soutenir les demandeurs d'emploi et encourager la création d'entreprises, en particulier parmi les jeunes et les chômeurs de longue durée. La CNAC a pour objectif de promouvoir

l'auto-emploi et de réduire le chômage à travers des dispositifs d'aide financière et un accompagnement des créateurs d'entreprises.

a) - Objectifs et missions de la CNAC dans le soutien à la création d'entreprises

Les **objectifs** de la CNAC sont multiples, mais les principaux sont :

1. Soutenir la création d'entreprises par les chômeurs :

- L'un des objectifs majeurs de la CNAC est d'aider les personnes sans emploi à créer leur propre entreprise, afin de les rendre acteurs de leur propre insertion professionnelle.

2. Promouvoir l'auto-emploi :

- En soutenant les projets d'auto-emploi, la CNAC encourage les jeunes et les adultes sans emploi à se lancer dans des activités économiques, favorisant ainsi la création de richesse à l'échelle locale et nationale.

3. Réduire le chômage et encourager l'économie nationale :

- Par ses dispositifs, la CNAC participe à la lutte contre le chômage, en particulier dans les régions où les opportunités d'emplois sont rares, et contribue au dynamisme économique du pays.

4. Favoriser l'intégration professionnelle des chômeurs :

- La CNAC offre une aide financière aux personnes chômeurs qui souhaitent lancer des projets et devenir des entrepreneurs à part entière, permettant ainsi une insertion professionnelle durable.

Les missions spécifiques de la CNAC :

- **Octroyer des financements :** La CNAC fournit des **prêts à taux préférentiels** pour les projets de création d'entreprises, en particulier pour les chômeurs, les jeunes et les diplômés en quête d'opportunités professionnelles.
- **Accompagnement et conseil :** La CNAC propose également un accompagnement technique, notamment pour la préparation des dossiers de demande de financement et la mise en place de la gestion de l'entreprise.
- **Formation :** Avant d'accorder des prêts, la CNAC organise des **sessions de formation** destinées aux porteurs de projets, couvrant des domaines comme la gestion d'entreprise, la comptabilité, la gestion des ressources humaines, etc.

b) - Processus de demande et critères d'admissibilité pour les prêts de la CNAC

Processus de demande de financement de la CNAC :

1. Préparation du projet :

- Le candidat doit préparer un projet viable et structuré avec un **business plan** détaillant l'objectif, les ressources nécessaires, les prévisions financières, et l'étude de marché.

2. Dépôt de la demande :

- Le demandeur soumet son projet à la CNAC, accompagnée des documents requis, tels que l'étude de faisabilité, le plan de financement, et les pièces administratives comme une copie de la carte d'identité nationale.

3. Analyse du projet :

- Un comité de sélection au sein de la CNAC analyse le projet. Cela inclut une évaluation du potentiel du projet, de sa rentabilité, et de sa viabilité à long terme.

4. Formation préalable :

- Avant de bénéficier du financement, les porteurs de projets doivent suivre une **formation obligatoire** qui les prépare à gérer une entreprise.

5. Décision de financement :

- Si le projet est jugé viable, un financement sous forme de **prêt à taux réduit** est accordé.

6. Suivi et accompagnement :

- Après l'octroi du financement, la CNAC procède à un **suivi technique** et financier pour s'assurer que l'entreprise se développe selon le plan établi et que les remboursements des prêts sont effectués régulièrement.

Critères d'admissibilité :

Pour bénéficier des prêts de la CNAC, les candidats doivent remplir plusieurs critères :

1. Être chômeur ou demandeur d'emploi :

- La CNAC cible en priorité les personnes en recherche d'emploi, qu'il s'agisse de jeunes diplômés ou de chômeurs de longue durée.

2. Être de nationalité algérienne :

- Seules les personnes de nationalité algérienne peuvent bénéficier du programme de financement.

3. Âge et statut :

- Les candidats doivent avoir **moins de 40 ans** pour être éligibles aux prêts, sauf dans certains cas particuliers où les conditions peuvent être assouplies.
- Le candidat doit également être en **recherche active d'emploi** et non bénéficier d'un revenu fixe provenant d'une autre activité.

4. Proposer un projet viable :

- Le projet doit être viable, c'est-à-dire qu'il doit avoir un potentiel de rentabilité et de développement sur le long terme. Le dossier doit comporter un plan d'affaires solide.

5. Absence d'autres aides concurrentes :

- Les candidats ne doivent pas bénéficier d'autres financements d'organismes concurrents pour la création de leur entreprise.

Conclusion

La **CNAC** joue un rôle essentiel dans la lutte contre le chômage en Algérie, notamment en soutenant les chômeurs et les jeunes porteurs de projets à travers un financement accessible et un accompagnement personnalisé. Grâce à des prêts avantageux et à des formations spécialisées, elle permet aux créateurs d'entreprises de réussir et de contribuer au développement économique du pays. Les success stories témoignent de l'impact positif de la CNAC sur l'entrepreneuriat et l'économie locale.

IV.3.3 Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI)

- Rôle de l'ANDI dans la promotion de l'investissement et du développement économique.
- Programmes d'incitation à l'investissement offerts par l'ANDI.



L'**Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI)** est un organisme public algérien créé pour promouvoir et faciliter l'investissement en Algérie, en particulier dans les secteurs clés de l'économie nationale. Son rôle principal est de créer un environnement favorable à l'investissement, de soutenir les investisseurs locaux et étrangers, et d'encourager les projets de développement qui peuvent générer des emplois, stimuler l'innovation, et renforcer la compétitivité de l'économie.

a) - Rôle de l'ANDI dans la promotion de l'investissement et du développement économique

L'ANDI joue un rôle stratégique dans le développement économique du pays en attirant des investissements et en soutenant la mise en œuvre de projets économiques importants. Voici quelques-unes de ses principales missions :

1. Facilitation de l'investissement :

- L'ANDI a pour mission de **simplifier** et **d'accélérer** les procédures administratives liées aux projets d'investissement, en offrant un guichet unique pour l'enregistrement des projets. Cela permet de réduire la bureaucratie et d'attirer davantage d'investisseurs, qu'ils soient locaux ou étrangers.

2. Attraction d'investissements étrangers :

- L'ANDI met en place des politiques pour encourager les investisseurs étrangers à s'implanter en Algérie, notamment à travers des **incitations fiscales** et d'autres avantages. Cela contribue à l'amélioration des relations économiques internationales et à l'augmentation de la compétitivité du pays.

3. Encouragement des secteurs stratégiques :

- L'ANDI œuvre pour orienter les investissements vers des secteurs jugés stratégiques pour le développement économique de l'Algérie, tels que l'industrie, l'agriculture, les nouvelles technologies, et les énergies renouvelables.

4. Soutien aux PME et à l'innovation :

- En parallèle des grands projets, l'ANDI soutient également les **petites et moyennes entreprises (PME)**, en particulier celles qui favorisent l'innovation, la diversification économique et l'insertion professionnelle des jeunes.

5. Suivi et accompagnement des projets :

- L'ANDI assure un suivi et un accompagnement tout au long de la vie du projet, de la conception à la mise en œuvre, en veillant à ce que les projets respectent les normes et soient rentables à long terme.

b) - Programmes d'incitation à l'investissement offerts par l'ANDI

L'ANDI offre plusieurs programmes pour encourager l'investissement et améliorer le climat des affaires en Algérie. Voici quelques exemples des principales incitations proposées :

1. Incitations fiscales et douanières :

- **Exonération fiscale** : Les investisseurs peuvent bénéficier d'exonérations fiscales pendant une période déterminée, particulièrement dans les secteurs stratégiques ou géographiques (zones sensibles ou régions défavorisées).
- **Exonération des droits de douane** : L'ANDI permet aux investisseurs d'importer des équipements et des matériaux sans payer de droits de douane, ce qui facilite les investissements dans des projets industriels ou d'infrastructure.

2. Aides à la réhabilitation et à l'extension des capacités de production :

- Les entreprises qui souhaitent **réhabiliter ou étendre** leurs capacités de production peuvent bénéficier d'aides financières et techniques sous forme de **subventions** ou de crédits à taux préférentiels.

3. Facilités d'accès aux financements :

- L'ANDI collabore avec les institutions financières locales pour aider les investisseurs à obtenir des financements à des conditions favorables. Cela inclut la mise en relation avec des **banques partenaires** et des **soutiens financiers** pour les projets innovants.

4. Création de zones d'investissement spéciales :

- L'ANDI met en place des **zones industrielles et économiques spéciales** (par exemple, des zones franches) où les entreprises bénéficient de réductions fiscales, d'exonérations de TVA, et d'autres avantages, pour les inciter à s'installer dans ces zones.

5. Aides à la recherche et à l'innovation :

- L'ANDI soutient les projets liés à l'innovation, la recherche, et les nouvelles technologies, en accordant des **subventions** ou des **prêts à taux réduit** aux entreprises engagées dans ces domaines.

Conclusion

L'ANDI joue un rôle essentiel dans le développement économique de l'Algérie en attirant des investissements, en soutenant les projets industriels, agricoles, et technologiques, et en facilitant l'implantation d'entreprises locales et internationales. Grâce à des programmes d'incitation à l'investissement, des avantages fiscaux, et un accompagnement personnalisé, l'ANDI a favorisé l'émergence de projets stratégiques qui ont eu un impact significatif sur l'économie locale, en termes de création d'emplois, de modernisation des secteurs clés, et de réduction de la dépendance aux importations.

IV.3.4 Agence Nationale de Gestion du Microcrédit (ANGEM)

- Mission et objectifs de l'ANGEM dans le soutien à l'entrepreneuriat.
- Critères d'éligibilité et modalités de financement proposés par l'ANGEM.



L'Agence Nationale de Gestion du Microcrédit (ANGEM) est un organisme public algérien créé pour soutenir l'entrepreneuriat et encourager la création d'entreprises, en particulier pour

les personnes ayant un faible capital ou des difficultés d'accès au financement traditionnel. Elle a pour mission de promouvoir le **microcrédit** comme outil d'insertion professionnelle et économique, en offrant des crédits à faible taux d'intérêt, adaptés aux projets de petite envergure.

a) - Mission et objectifs de l'ANGEM dans le soutien à l'entrepreneuriat

L'ANGEM a pour mission principale de faciliter l'accès au crédit pour les porteurs de projets à faible revenu, notamment les jeunes, les femmes, et les personnes issues de milieux défavorisés. Ses principaux **objectifs** sont :

1. Soutenir l'insertion professionnelle par l'entrepreneuriat :

- L'ANGEM œuvre à lutter contre le chômage, en particulier chez les jeunes et les femmes, en leur offrant un accès au financement pour leurs projets. Elle permet ainsi à des personnes sans emploi de créer leur propre activité et de devenir autonomes financièrement.

2. Encourager l'auto-emploi :

- Un des objectifs de l'ANGEM est d'encourager les projets d'auto-emploi à travers la création d'entreprises individuelles ou de petites entreprises familiales, en offrant des **microcrédits** adaptés à des petites activités génératrices de revenus.

3. Favoriser l'inclusion économique :

- L'ANGEM cible les populations marginalisées ou exclues du système bancaire classique, en leur donnant la possibilité de créer une entreprise et de participer à l'économie formelle.

4. Promouvoir le développement local :

- En soutenant les micro-entrepreneurs à travers des financements de projets locaux, l'ANGEM contribue à la **création d'emplois** dans les régions rurales et périurbaines, tout en réduisant les inégalités économiques entre les régions.

5. Accompagnement et formation des porteurs de projets :

- L'ANGEM ne se contente pas d'octroyer des prêts, elle propose également un **accompagnement technique** et **des formations** pour aider les bénéficiaires à mieux gérer leur entreprise, à maîtriser les aspects administratifs, et à renforcer leur expertise dans le domaine choisi.
-

b) - Critères d'éligibilité et modalités de financement proposés par l'ANGEM

Critères d'éligibilité :

Pour bénéficier d'un financement auprès de l'ANGEM, les candidats doivent répondre à plusieurs critères :

1. Âge et statut :

- Les demandeurs doivent être âgés de **18 à 55 ans** et être des **chômeurs** ou des **personnes sans emploi stable**, à l'exception de ceux ayant déjà un revenu fixe provenant d'une activité salariée.

2. Nationalité algérienne :

- L'ANGEM est réservée aux **citoyens algériens**.

3. Capacité de gestion du projet :

- Le demandeur doit démontrer qu'il a une idée claire de son projet et qu'il dispose de certaines **compétences en gestion** ou qu'il a la volonté de suivre une formation afin de bien gérer l'entreprise qu'il souhaite créer.

4. Secteur d'activité :

- Les projets financés par l'ANGEM doivent concerner des secteurs **non risqués**, généralement dans le commerce, l'artisanat, les services, ou la production locale, en s'alignant sur les priorités du développement économique local et national.

5. Absence d'autres financements :

- L'ANGEM s'adresse principalement à ceux qui n'ont pas accès aux financements traditionnels, ce qui signifie que les candidats ne doivent pas être en mesure de solliciter d'autres sources de financement (banques classiques).

Modalités de financement proposées par l'ANGEM :**1. Montant du prêt :**

- Les montants accordés varient, mais en règle générale, l'**ANGEM propose des prêts de faible montant** allant de **20 000 à 100 000 dinars algériens**. Ces prêts sont destinés à financer des projets de petite envergure, adaptés à des besoins modestes.

2. Taux d'intérêt faible :

- Le taux d'intérêt des microcrédits de l'ANGEM est généralement **très bas**, pour garantir l'accès au financement sans pénaliser les emprunteurs. Ce taux est souvent inférieur à celui du marché classique.

3. Durée de remboursement :

- Les conditions de remboursement sont **flexibles**, allant de quelques mois à plusieurs années, en fonction de la taille et de la nature du projet. Cette souplesse permet de mieux adapter les échéances au flux de trésorerie des petites entreprises.

4. Accompagnement :

- En plus du financement, l'ANGEM offre un **accompagnement technique et administratif**. Ce soutien inclut la formation à la gestion d'entreprise, la préparation des documents nécessaires pour la demande de crédit, et des conseils en gestion financière.

Conclusion

L'**ANGEM** a un rôle déterminant dans le soutien à l'entrepreneuriat en Algérie, particulièrement pour les personnes en situation de chômage ou ayant un faible revenu. Grâce à ses microcrédits à faible taux d'intérêt, à ses modalités flexibles de financement et à son accompagnement technique, l'ANGEM permet à de nombreux porteurs de projets de concrétiser leurs idées et de créer des entreprises pérennes. Les exemples de réussite démontrent l'impact positif de l'ANGEM sur l'économie locale, la création d'emplois et la réduction du chômage.

IV.3.5 Programme National de Rénovation (PNR)

- Présentation des initiatives du PNR visant à promouvoir l'entrepreneuriat et l'investissement.
- Exemples de programmes de financement et d'accompagnement proposés par le PNR.
- Impacts économiques et sociaux des projets soutenus par le PNR.



Le **Programme National de Rénovation (PNR)** est une initiative visant à revitaliser et transformer certaines zones géographiques, souvent des régions urbaines ou rurales en difficulté. Ce programme a pour but d'améliorer les conditions de vie, de stimuler l'économie locale et de renforcer le tissu social. Une de ses facettes importantes est de soutenir l'entrepreneuriat et l'investissement afin de dynamiser l'économie locale et de créer des opportunités pour les entrepreneurs.

a) - Initiatives du PNR pour promouvoir l'entrepreneuriat et l'investissement

Les initiatives du PNR incluent divers dispositifs et stratégies qui encouragent la création et la croissance des entreprises, notamment :

- **Facilitation de l'accès au financement** : Le programme facilite l'accès des entrepreneurs aux financements nécessaires pour démarrer ou développer leurs projets, notamment par des prêts à taux réduits, des subventions ou des partenariats avec des investisseurs privés.

- **Zones économiques spéciales (ZES) :** Certaines zones géographiques peuvent bénéficier de conditions fiscales et douanières avantageuses pour les entrepreneurs. Cela permet d'attirer des investissements et de stimuler les créations d'entreprises locales.
- **Création de centres d'incubation et de soutien à l'entrepreneuriat :** Ces centres offrent des espaces de travail, des services d'accompagnement, des formations et des ressources pour aider les jeunes entrepreneurs à concrétiser leurs projets.
- **Soutien à l'innovation :** Le PNR soutient les entreprises innovantes, en particulier dans les secteurs technologiques et environnementaux. Cela inclut l'accès à des programmes de recherche et développement, des collaborations avec des universités et des entreprises de haute technologie.

b) - Exemples de programmes de financement et d'accompagnement proposés par le PNR

Voici quelques exemples concrets de programmes qui font partie du PNR pour soutenir l'entrepreneuriat et l'investissement :

- **Fonds d'innovation et de développement régional :** Ces fonds sont destinés à financer les projets d'entreprises dans les zones les plus vulnérables. Ils soutiennent les entreprises en démarrage ou en expansion qui ont un impact local positif, en particulier dans des secteurs clés tels que l'agriculture, les énergies renouvelables et le tourisme.
- **Programmes de microcrédit :** Le PNR offre des solutions de financement de type microcrédit pour les entrepreneurs individuels ou les petites entreprises, souvent en complément d'autres types de financement (subventions ou prêts bancaires).
- **Incubateurs et accélérateurs de startups :** Ces structures fournissent un accompagnement personnalisé, notamment en matière de stratégie commerciale, de développement de produits, de gestion financière, et de mise en réseau avec des investisseurs et des mentors.
- **Formations et ateliers :** Des programmes de formation sont mis en place pour aider les entrepreneurs à développer leurs compétences en gestion d'entreprise, en marketing, en leadership et dans d'autres domaines cruciaux pour leur succès.

c)- Impacts économiques et sociaux des projets soutenus par le PNR

Les projets soutenus par le PNR ont généralement des impacts significatifs à la fois sur l'économie locale et sur la société en général.

- **Création d'emplois :** L'un des impacts les plus directs du PNR est la création d'emplois. L'entrepreneuriat local stimule la création de nouvelles entreprises et, par conséquent, de nouveaux postes de travail. Cela contribue à la réduction du chômage dans les zones concernées.
- **Développement des infrastructures locales :** Les projets de rénovation liés au PNR peuvent entraîner des améliorations dans les infrastructures, comme la construction de routes, l'accès à l'eau potable, ou la mise à niveau des réseaux électriques. Ces améliorations renforcent l'attractivité de la région pour les investisseurs et les entreprises.
- **Renforcement du tissu social :** En soutenant les projets locaux, le PNR aide à créer des communautés plus cohésives. Cela inclut l'implication des citoyens dans les projets de développement et la création de réseaux d'entraide, favorisant ainsi la solidarité et l'engagement social.
- **Dynamisation des secteurs économiques :** L'impact économique global du PNR se fait sentir par la diversification des secteurs d'activité dans les régions soutenues. L'entrepreneuriat local est stimulé dans des secteurs comme l'artisanat, l'industrie, le tourisme ou les nouvelles technologies, créant ainsi un tissu économique plus varié et résilient.

En somme, le Programme National de Rénovation est un levier stratégique pour stimuler l'entrepreneuriat et l'investissement, tout en ayant des effets bénéfiques à la fois sur l'économie et la société des régions ciblées.

IV.4. Création d'une entreprise en Algérie

Située au cœur du Maghreb, l'Algérie dispose d'un système économique diversifié avec ses ressources abondantes en pétrole et en gaz, de nombreuses productions agricoles et une industrie moderne.

La politique de libéralisation menée par le gouvernement algérien a permis au pays d'attirer nombre d'investisseurs étrangers, qui ont bénéficié d'un système législatif et de réformes facilitant l'implantation. Les démarches de création d'entreprise restent toutefois assez longues et complexes.

IV.4.1 Investissement en Algérie



L'Algérie est le plus grand pays du pourtour méditerranéen. La position géographique de l'Algérie est stratégique, véritable pont de communication entre l'Europe et l'Afrique, et entre le Maghreb et le Moyen-Orient.

L'Algérie a un poids démographique important (42 millions d'habitants) et sa diaspora est présente dans de nombreux pays d'Europe notamment en France, ce qui dope les activités d'import-export.

Le recrutement de personnel qualifié est facile en Algérie et la main d'œuvre est bon marché (salaire minimum de 18 000 dinars algériens, soit moins de 180 €). Le pays reçoit les activités industrielles européennes délocalisées, notamment celles qui sont consommatrices en énergie et en télécommunications.

Créer une entreprise en Algérie, c'est donc avoir accès à un marché intérieur important, soutenu par les revenus de la rente pétrolière.

IV.4.2 Les différentes formes juridiques d'une entreprise en Algérie :

Il existe plusieurs formes juridiques d'entreprises en Algérie, adaptées pour une seule personne ou pour un groupe d'associés. A chaque statut juridique correspond un mode d'imposition, des responsabilités et des obligations.

Le porteur du projet qui désire être seul dirigeant pourra choisir entre l'entreprise individuelle (personne physique) et l'entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée (EURL).



a) L'entreprise individuelle algérienne.

L'entreprise individuelle s'adresse généralement aux entreprises de petite taille. Le propriétaire est inscrit en tant que commerçant au Registre du commerce. C'est une forme avantageuse puisqu'elle ne nécessite aucun statut. L'accomplissement des formalités d'inscription au Registre du commerce est rapide.

A noter toutefois la confusion entre le patrimoine du créateur et celui de l'entreprise, ce qui rend le chef d'entreprise responsable des dettes de son activité.

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

Forme très répandue, l'EURL permet à un associé unique d'exercer sous la forme d'une société. L'EURL exige pour sa constitution un capital social minimum de **100 000 dinars** (soit moins de 1000 €). Les biens personnels du créateur seront distincts de ceux de l'entreprise et il ne répondra des dettes de l'entreprise qu'à concurrence du capital social.

L'immatriculation au Registre du commerce confère la personnalité morale à l'entreprise et la qualité de commerçant au gérant.

Les statuts juridiques adaptés pour la création d'une entreprise en Algérie à plusieurs associés :

c) La société en nom collectif (SNC).

La plupart des SNC sont des entreprises familiales, le nombre minimum d'associés est de deux.

- Il n'y a pas de minimum de capital social exigé,
- Le capital social est divisé en parts sociales,
- La gérance appartient à tous les associés, sauf stipulation contraire des statuts,

- Tous les associés répondent indéfiniment et solidairement des dettes de l'entreprise.

d) La société en commandite simple (SCS).

La société en commandite simple est une forme spéciale de société de personnes, très peu répandue en Algérie. C'est une forme de société hybride : société de personnes pour les commandités et société de capitaux pour les commanditaires.

- Le capital social est divisé en parts sociales,
- La société est gérée par un ou plusieurs gérants,
- Les commandités répondent indéfiniment et solidairement des dettes de l'entreprise,
- Alors que les commanditaires ne répondent des dettes de l'entreprise qu'à concurrence de leurs apports.

e) La société à responsabilité limitée (SARL).

Forme très fréquente en Algérie, la Société à responsabilité limitée (SARL) est une société de capitaux constituée de plusieurs associés-gérants.

- Minimum de deux associés et maximum de vingt,
- Le capital social minimum : **100 000 dinars**,
- Le capital social est divisé en parts sociales d'égale valeur (1 000 dinars au moins),
- Les propriétaires détiennent la qualité d'associés-gérants,
- Les associés répondent des dettes de l'entreprise **à concurrence de leurs apports**.

f) La société par actions (SPA).

Cette forme juridique, équivalente à la SA française, est destinée aux grandes entreprises. Elle exige au minimum sept actionnaires et un capital social de 5 000 000 de dinars algériens en cas d'appel public à l'épargne et d'1 000 000 de dinars s'il n'y a pas d'appel public à l'épargne. Ce capital social est divisé en actions.

La société par actions est gérée par un conseil d'administration composé de trois à douze membres ; le conseil est présidé par un **Président directeur général**, contrôlé par un conseil de surveillance. La responsabilité des actionnaires sur les dettes de l'entreprise est à concurrence de leurs apports.

g) La Société en commandite par actions (SCA).

C'est une forme juridique hybride et peu répandue en Algérie : une société de personnes pour les commandités et de capitaux pour les commanditaires.

Le nombre des associés commanditaires ne peut être inférieur à trois, le capital social minimum (divisé en actions) pour sa constitution est de cinq millions de dinars en cas d'appel public à l'épargne et de un million de dinars s'il n'est pas fait appel public à l'épargne.

La SCA peut être gérée par un ou plusieurs gérants. Les commanditaires sont des actionnaires et ne supportent les pertes qu'à concurrence de leurs apports, alors que les commandités répondent indéfiniment et solidairement des dettes de l'entreprise.

h) Le groupement.

Le groupement est constitué entre deux ou plusieurs personnes morales pour une durée déterminée, il est constitué en vue de mettre en œuvre tous les moyens propres à faciliter ou à développer l'activité économique de ses membres, à améliorer ou à accroître les résultats de cette activité.

Le groupement ne donne pas lieu par lui-même à la réalisation et au partage des bénéfices et peut être constitué sans capital ; il est administré par une ou plusieurs personnes et les membres du groupement sont tenus des dettes de celui-ci sur leur patrimoine propre, ils seront solidaires sauf convention contraire avec des tiers contractants.

IV.4.3 Les démarches à suivre pour la création d'une société en Algérie.

Les démarches de création d'une entreprise en Algérie sont assez longues : prévoir une durée d'un mois au minimum. A noter qu'il est obligatoire de passer par un notaire : ne pas hésiter à demander plusieurs devis.

A noter qu'il n'y a pas à proprement parler de guichet unique de la création d'entreprise en Algérie.

Les principales étapes pour créer une entreprise en Algérie, sous la forme société.

1) La disponibilité du nom de l'entreprise.

Tout d'abord, l'entrepreneur devra obtenir une attestation du Centre National du Registre du Commerce (CNRC) concernant la disponibilité de la dénomination de l'entreprise. Pour cela, un formulaire doit être rempli et faire figurer quatre noms possibles pour l'entreprise.

Une somme de 490 dinars algériens doit être payée afin de couvrir les frais de recherche et de timbre fiscal. Un certificat sera délivré à la fin de la procédure.

2) Le contrat de location du siège de la société ou l'acte de propriété.

Il faut ensuite se rendre chez le notaire et l'huissier de justice pour rédiger et signer un contrat de location du siège. Ce contrat doit être signé au nom de la société et non au nom d'une personne physique. Il faut également fournir les pièces suivantes :

- Acte de naissance des associés,
- Photocopies légalisées des cartes d'identité nationale des associés,
- Les statuts de la société.

Après la signature des contrats par les parties, il faudra le faire enregistrer auprès de l'administration. Prévoir environ deux à trois semaines.

3) La rédaction des statuts (en même temps que le contrat de location).

La création des statuts et de la société se fait chez le notaire. Il faudra présenter les documents suivants au bureau du notaire :

- Un acte de naissances des associés,
- Deux photocopies légalisées des cartes d'identités nationales des associés,
- Le contrat de location du siège de la société,
- Un engagement de la part d'un commissaire aux comptes (coût : 46 800 dinars algériens/an dont 50% c'est-à-dire 23 400 dinars à la création de la société et le reste à la fin de l'année),
- Une preuve de dépôt du capital social de la société (formalité prise en charge par le notaire).

Il faudra aussi payer le notaire.

4) L'immatriculation au Centre National des Registres de Commerce (CNRC).

Toute nouvelle entreprise en Algérie a l'obligation de s'enregistrer auprès du Centre National des Registres de Commerce. Il s'agit de la banque de données qui regroupe toutes les informations sur les entreprises algériennes.

Pour accomplir cette démarche, il faudra présenter les documents suivants :

- Une demande signée, établie sur des formulaires fournis par le CNRC (ce document ne vous sera fourni une fois que vous aurez préparé l'intégralité du reste du dossier),
- Un acte de propriété du local commercial ou contrat de location notarié (au nom de la société),
- Deux exemplaires des statuts de la société,
- Deux copies d'avis de publication des statuts au BOAL et dans un quotidien national,
- Un extrait d'acte de naissance et extrait de casier judiciaire des gérants (à retirer au tribunal de la wilaya de votre lieu de naissance ou auprès de n'importe quel tribunal d'Algérie),
- Une quittance justifiant l'acquittement des droits de timbre (4 000 dinars) aux impôts,
- Un reçu de versement des droits d'immatriculation au registre du commerce, payables dans toute agence bancaire partenaire du CNRC.

5) Extraction de la Carte fiscale.

Lorsque l'entreprise est immatriculée au CNRC, il lui sera attribué un numéro d'identification qui lui servira dans toutes ses démarches administratives, et notamment celles auprès de l'autorité fiscale algérienne. L'entreprise nouvellement créée doit s'immatriculer à la TVA pour pouvoir régler ses obligations fiscales. Pour le faire, le gérant doit présenter les documents suivants :

- Une copie légalisée du Registre du Commerce,
- Les statuts de la société,
- Un acte de propriété du local commercial ou contrat de location notarié (au nom de la société),
- Un formulaire fourni par l'inspection des impôts, rempli, signé et cacheté au nom de la société.

6) Extraction du NIS (Numéro d'identifiant statistique).

L'avant-dernière étape de la création d'une entreprise en Algérie consiste à obtenir le numéro d'identifiant statistique. Ce numéro servira à reconnaître l'entreprise auprès des administrations algériennes comme la Direction des services fiscaux et les caisses sociales.

Pour cela, il faut déposer une demande auprès des services statistiques des annexes régionales de l'Office Nationale des Statistiques en présentant les papiers suivants :

- Une photocopie de la Carte Fiscale,
- Une photocopie du Registre du Commerce,

- Une photocopie de la Carte d'identité,
- Une photocopie des statuts de la société.
-

7) L'ouverture d'un compte bancaire.

Chaque entreprise doit posséder un compte bancaire dédié. **Les documents suivants seront requis :**

- Le registre de commerce,
- La carte d'Immatriculation fiscale,
- Les statuts de l'entreprise,
- L'avis BOAL

Conclusion

La création d'une entreprise est une aventure passionnante, mais elle nécessite une planification minutieuse et un soutien financier adéquat. En explorant le parcours du créateur d'entreprise et en présentant les dispositifs d'aides financières disponibles, ce chapitre vise à fournir aux entrepreneurs potentiels les connaissances et les ressources nécessaires pour concrétiser leurs idées et réussir dans le monde des affaires.

Références bibliographiques :

1. Khelil, M. (2019). *Entrepreneuriat et PME en Algérie : Enjeux et perspectives*. Éditions Universitaires Européennes.
2. Benachenhou, A. (2005). *L'économie algérienne : 50 ans après l'indépendance*. Casbah Éditions.
3. Drici, A. (2018). *Créer et gérer son entreprise en Algérie*. Éditions ENAG.
4. Ziani, A. (2020). *Stratégies de financement et de développement des entreprises en Algérie*. Office des Publications Universitaires.

Articles et Revues Académiques :

5. Boufateh, T. (2016). "Les défis de l'entrepreneuriat en Algérie : contraintes et opportunités." *Revue des Sciences Humaines*, Université de Tlemcen.
6. Sbaouelgi, J. & Bourenane, E. (2018). "L'impact du climat des affaires sur la création d'entreprise en Algérie." *Revue Algérienne d'Économie et de Management*.
7. Kherbachi, S. (2021). "L'entrepreneuriat en Algérie : Analyse du rôle de l'ANSEJ." *Revue de Gestion et d'Économie Appliquée*.

Thèses et Mémoires Universitaires :

8. Meziane, H. (2017). *Les jeunes entrepreneurs et les dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie : Une étude empirique*. Thèse de Doctorat, Université d'Alger 3.
9. Bennaceur, Y. (2020). *Le rôle de l'entrepreneuriat dans la diversification économique de l'Algérie*. Mémoire de Master, Université de Béjaïa.

Chapitre V :

Étude d'un Projet de Création d'Entreprise



Chapitre V : Étude d'un Projet de Création d'Entreprise

Introduction

Dans ce chapitre, nous aborderons en détail le processus d'étude d'un projet de création d'entreprise. De la conception de l'idée initiale à l'élaboration d'un plan d'affaires complet, nous explorerons les étapes essentielles pour assurer la viabilité et le succès d'un nouveau projet entrepreneurial.

V 1. Conception de l'Idée Entrepreneuriale

V .1.1 Génération de l'Idée

En plus des techniques traditionnelles de génération d'idées, nous explorerons des méthodes innovantes telles que le design thinking et le crowdsourcing, ainsi que des exemples d'entreprises qui ont réussi grâce à une idée originale.

V.1.2 Évaluation de l'Idée

Nous approfondirons l'évaluation de l'idée en discutant des critères spécifiques tels que l'alignement avec les tendances du marché, la capacité de différenciation et la durabilité à long terme.

V.2. Étude de Marché



V.2.1 Analyse du Marché

En plus des éléments traditionnels de l'analyse de marché, nous mettrons l'accent sur l'importance de comprendre les comportements d'achat des consommateurs, les canaux de distribution préférés et les tendances émergentes du marché.

V.2.2 Étude de la Demande

Nous explorerons des méthodes avancées d'étude de la demande telles que l'analyse conjointe et le modèle de diffusion de l'innovation, en mettant en lumière des exemples d'entreprises qui ont utilisé ces approches pour anticiper les besoins des clients.

V.3. Étude Technique et Opérationnelle



V.3.1 Plan de Production

Nous fournirons des conseils spécifiques pour élaborer un plan de production efficace, en mettant l'accent sur l'optimisation des processus, la gestion des stocks et l'identification des fournisseurs fiables.

V.3.2 Infrastructure et Équipement

Nous explorerons les meilleures pratiques pour sélectionner l'infrastructure et l'équipement appropriés, en tenant compte de facteurs tels que la capacité de production, la qualité des produits et la flexibilité opérationnelle.

V.4. Étude Financière



V.4.1 Estimation des Coûts

Nous approfondirons l'estimation des coûts en discutant des différents types de coûts (fixes, variables, directs, indirects) et des méthodes pour les calculer avec précision.

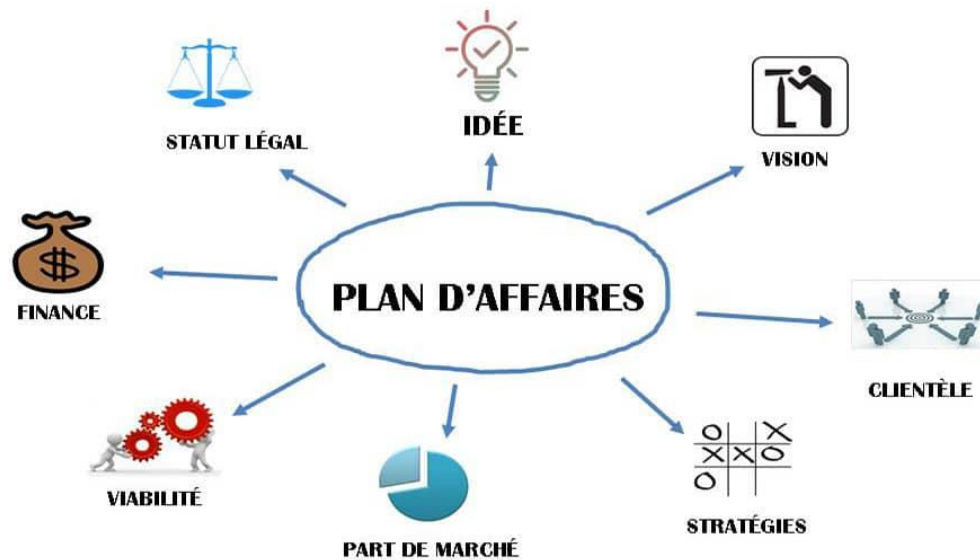
V.4.2 Prévision des Revenus

Nous présenterons des modèles de prévision des revenus avancés tels que l'analyse de régression et les méthodes basées sur les séries chronologiques, en illustrant comment ces modèles peuvent aider à établir des prévisions plus fiables.

V.4.3 Élaboration du Plan Financier

Nous détaillerons la création d'un plan financier solide, en mettant en évidence les indicateurs clés de performance financière et en proposant des scénarios de sensibilité pour évaluer les risques potentiels.

V.5. Élaboration du Plan d'Affaires



V.5.1 Structure du Plan d'Affaires

Nous explorerons des modèles de plan d'affaires avancés tels que le modèle Canvas et le modèle de croissance de l'entreprise, en montrant comment ces outils peuvent aider à articuler la stratégie globale de l'entreprise de manière concise et claire.

V.5.2 Rédaction du Plan d'Affaires

Nous fournirons des conseils spécifiques pour rédiger chaque section du plan d'affaires, en insistant sur l'importance de la cohérence, de la crédibilité et de la vision à long terme.

V.6. Stratégie de Marketing et de Vente

V.6.1 Analyse de la Concurrence

Nous explorerons des techniques avancées d'analyse de la concurrence telles que l'analyse SWOT concurrentielle et l'analyse des forces de Porter, en montrant comment ces analyses peuvent fournir des informations précieuses pour élaborer une stratégie de différenciation efficace.

V.6.2 Stratégie de Marketing

Nous discuterons des stratégies de marketing innovantes telles que le marketing digital, le marketing de contenu et le marketing expérientiel, en mettant en évidence des exemples d'entreprises qui ont utilisé ces approches pour atteindre et engager leur public cible.

V.6.3 Stratégie de Vente

Nous fournirons des conseils pratiques pour élaborer une stratégie de vente efficace, en mettant l'accent sur la segmentation du marché, le développement de relations avec les clients et l'utilisation des technologies de vente innovantes.

V.7. Gestion des Risques



V.7.1 Identification des Risques

Nous examinerons les différentes catégories de risques auxquels une entreprise peut être confrontée, tels que les risques opérationnels, financiers, juridiques et stratégiques, en montrant comment les identifier et les évaluer de manière proactive.

V.7.2 Mitigation des Risques

Nous discuterons des stratégies pour atténuer les risques identifiés, telles que la diversification des produits, la mise en place de politiques de gestion des risques et l'achat d'assurances adaptées.

V.8 Exemples d'entreprises ayant bénéficié de l'aide des Dispositifs d'Aides Financières à l'Investissement

V.8.1 Étude de cas sur des entreprises ayant bénéficié du soutien de l'ANSEJ

Voici quelques exemples d'entreprises ayant bénéficié de l'aide de l'ANSEJ :

1. L'entreprise "GreenTech Solutions" :

- **Secteur** : Technologie verte.
- **Contexte** : Un jeune diplômé en génie environnemental a lancé une entreprise spécialisée dans la gestion des déchets et le recyclage. Grâce au financement de l'ANSEJ, il a pu acquérir le matériel nécessaire et embaucher du personnel qualifié.
- **Résultats** : L'entreprise a rapidement trouvé une place sur le marché local, en collaborant avec des collectivités locales pour le recyclage des déchets ménagers et industriels

2. Le projet "Algerian Craft" :

- **Secteur** : Artisanat traditionnel.
- **Contexte** : Un groupe de jeunes artisans a reçu un financement pour développer une entreprise de production et de vente de produits artisanaux algériens (tapis, poteries, bijoux, etc.). L'ANSEJ a aussi fourni un accompagnement en matière de marketing et de gestion.
- **Résultats** : L'entreprise a non seulement réussi à se faire connaître sur le marché local, mais elle a également commencé à exporter ses produits à l'international.

3. "Tech Auto" - Un garage automobile innovant :

- **Secteur** : Automobile.
- **Contexte** : Un jeune ingénieur a créé un garage spécialisé dans la réparation et l'entretien de véhicules électriques. L'ANSEJ l'a soutenu financièrement pour l'achat d'équipements et pour sa formation technique sur les véhicules électriques.
- **Résultats** : L'entreprise connaît une croissance continue et répond à la demande croissante pour des services liés aux véhicules électriques, en particulier à Alger.

V.8.2 Success stories d'entrepreneurs ayant bénéficié du financement de la CNAC

Voici quelques exemples d'entrepreneurs ayant réussi grâce au financement et au soutien de la CNAC :

1. L'entreprise "EcoPlast" :

- **Secteur** : Recyclage et gestion des déchets plastiques.
- **Contexte** : Un jeune entrepreneur, anciennement chômeur, a utilisé un prêt de la CNAC pour lancer une entreprise de recyclage des déchets plastiques en Algérie. Grâce à ce financement, il a acquis des équipements de tri et de transformation des plastiques, créant ainsi de nombreux emplois dans sa région.
- **Résultats** : L'entreprise connaît une forte croissance et a même commencé à exporter ses produits recyclés vers d'autres pays de la région, contribuant à la lutte contre la pollution et à la valorisation des déchets.

2. "Agro-Med" :

- **Secteur** : Agriculture et agroalimentaire.
- **Contexte** : Un jeune diplômé en agronomie a reçu un financement de la CNAC pour lancer une entreprise de production de produits alimentaires bio. Il a acheté des terres et des équipements agricoles modernes.
- **Résultats** : L'entreprise est aujourd'hui un modèle de réussite dans la région, avec des produits certifiés bio et une forte demande sur le marché local. L'entrepreneur a également étendu ses activités en créant des partenariats avec des commerçants locaux.

3. "Boulangerie Al-Waha" :

- **Secteur** : Agroalimentaire.
- **Contexte** : Un ancien salarié, devenu chômeur, a obtenu un prêt de la CNAC pour ouvrir une boulangerie moderne dans une région sous-équipée en commerces alimentaires. Avec le financement, il a acheté des machines et formé du personnel.
- **Résultats** : La boulangerie est devenue une référence locale, créant une forte demande et plusieurs emplois dans la région. Le projet a également été un modèle d'adaptation au marché local.

V.8.3 Exemples de projets soutenus par l'ANDI et leur impact sur l'économie locale

L'ANDI a soutenu de nombreux projets ayant un impact positif sur l'économie locale, contribuant à la création d'emplois et au développement de secteurs économiques stratégiques. Voici quelques exemples :

1. Projet de production de véhicules en Algérie :

- **Secteur** : Industrie automobile.
- **Contexte** : Un grand constructeur automobile a investi en Algérie pour établir une usine de production de véhicules. L'ANDI a facilité le processus d'investissement en offrant des incitations fiscales et des exonérations douanières.
- **Impact sur l'économie locale** : Ce projet a permis la **création de milliers d'emplois** directs et indirects, notamment dans la fabrication, la distribution, et les services après-vente. De plus, il a permis le **développement de l'industrie locale** et la réduction des importations de véhicules.

2. Projets d'irrigation et d'agriculture moderne :

- **Secteur** : Agriculture.
- **Contexte** : L'ANDI a soutenu des projets d'agriculture moderne utilisant des technologies d'irrigation avancées, visant à augmenter la productivité agricole dans des zones désertiques ou semi-désertiques.
- **Impact sur l'économie locale** : Ces projets ont permis d'**augmenter la production agricole**, d'améliorer la sécurité alimentaire et de créer des **emplois ruraux**. Ils ont également permis aux agriculteurs locaux de se moderniser et d'exporter leurs produits.

3. Le projet d'énergie renouvelable "SolarTech" :

- **Secteur** : Énergies renouvelables.
- **Contexte** : Un groupe d'investisseurs a développé un projet de **centrale solaire photovoltaïque** dans le sud de l'Algérie. L'ANDI a facilité l'accès aux financements et a accordé des **avantages fiscaux** pour soutenir ce projet.
- **Impact sur l'économie locale** : Ce projet a renforcé les capacités de production d'énergie renouvelable, contribuant à l'**indépendance énergétique** de l'Algérie. Il a également créé de l'emploi local dans des régions où les opportunités étaient limitées.

4. Usine de production de médicaments :

- **Secteur** : Industrie pharmaceutique.

- **Contexte** : Un investissement dans la création d'une usine pharmaceutique a été soutenu par l'ANDI, avec des avantages fiscaux et des prêts à taux réduits.
 - **Impact sur l'économie locale** : Cette usine a contribué à **réduire les importations de médicaments**, tout en assurant la **création de milliers d'emplois** dans la production, la distribution, et la vente. Elle a aussi permis de **renforcer l'autosuffisance** du pays en matière de médicaments.
-

V.8.4 Études de cas illustrant les succès réalisés grâce au soutien de l'ANGEM

Plusieurs entrepreneurs ont réussi à créer et à développer des activités grâce aux financements de l'ANGEM. Voici quelques exemples :

1. Le projet "Boulangerie Al-Basha" :

- **Secteur** : Agroalimentaire (boulangerie).
- **Contexte** : Un jeune diplômé en sciences économiques, sans emploi stable, a sollicité un microcrédit de l'ANGEM pour ouvrir une boulangerie dans sa région. Il a suivi une formation en gestion d'entreprise fournie par l'ANGEM avant de se lancer dans le projet.
- **Résultats** : Grâce au prêt, il a pu acheter des équipements modernes et aménager un local. Aujourd'hui, sa boulangerie emploie plusieurs personnes et est devenue une référence locale, avec une **croissance constante de son chiffre d'affaires**.

2. Le projet "Atelier de couture La Mode" :

- **Secteur** : Artisanat (couture et prêt-à-porter).
- **Contexte** : Une femme, chômeuse et mère de famille, a demandé un microcrédit de l'ANGEM pour créer un atelier de couture spécialisé dans la fabrication de vêtements traditionnels et modernes. Elle a bénéficié d'un financement pour l'achat de machines et de matériel de couture.

- **Résultats** : Son atelier a prospéré grâce à la demande croissante de vêtements de qualité dans sa ville. Elle a pu créer **plusieurs emplois** et a élargi sa gamme de produits. L'entreprise se développe et contribue à l'économie locale en réduisant les importations de vêtements.

3. Le projet "Magasin de produits alimentaires" :

- **Secteur** : Commerce de détail (épicerie).
- **Contexte** : Un ancien chômeur a utilisé le financement de l'ANGEM pour ouvrir un **magasin de produits alimentaires** dans un quartier en plein développement. Il a suivi une formation dispensée par l'ANGEM sur la gestion d'entreprise et la gestion des stocks.
- **Résultats** : Le magasin a connu un **grand succès** grâce à son emplacement stratégique et à la qualité de ses produits. Le propriétaire a embauché des employés locaux et a augmenté progressivement son chiffre d'affaires. Son activité est maintenant bien établie dans la région.

4. Le projet "Restaurant Al-Fenec" :

- **Secteur** : Restauration.
- **Contexte** : Un groupe de jeunes entrepreneurs a sollicité un microcrédit pour créer un restaurant dans une ville touristique. L'ANGEM a financé une partie des équipements et de l'aménagement du local.
- **Résultats** : Le restaurant a attiré une clientèle locale et touristique, et il a rapidement connu un grand succès, créant ainsi de **nombreux emplois** et dynamisant l'économie locale grâce à son activité.

Conclusion

Dans cette conclusion, nous soulignerons l'importance de mener une étude approfondie du projet de création d'entreprise, en mettant en avant les opportunités et les défis inhérents à ce

processus. Nous encouragerons les entrepreneurs à utiliser les conseils et les ressources présentés dans ce chapitre pour développer une stratégie solide et réussir dans leur entreprise.

Références bibliographiques

1. **Khelil, M. (2019).** *Entrepreneuriat et PME en Algérie : Enjeux et perspectives*. Éditions Universitaires Européennes.
2. **Drici, A. (2018).** *Créer et gérer son entreprise en Algérie*. Éditions ENAG.
3. **Benachenhou, A. (2005).** *L'économie algérienne : 50 ans après l'indépendance*. Casbah Éditions.
4. **Ziani, A. (2020).** *Stratégies de financement et de développement des entreprises en Algérie*. Office des Publications Universitaires.
5. **Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2010).** *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Wiley.

Articles académiques et études :

6. **Boufateh, T. (2016).** "Les défis de l'entrepreneuriat en Algérie : contraintes et opportunités." *Revue des Sciences Humaines*, Université de Tlemcen.
7. **Sbaouelgi, J. & Bourenane, E. (2018).** "L'impact du climat des affaires sur la création d'entreprise en Algérie." *Revue Algérienne d'Économie et de Management*.
8. **Kherbach, S. (2021).** "L'entrepreneuriat en Algérie : Analyse du rôle de l'ANSEJ." *Revue de Gestion et d'Économie Appliquée*.
9. **OECD (2020).** *SME and Entrepreneurship Policy in Algeria 2020*. OECD Publishing.

Thèses et Mémoires Universitaires :

10. **Meziane, H. (2017).** *Les jeunes entrepreneurs et les dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie : Une étude empirique*. Thèse de Doctorat, Université d'Alger 3.
11. **Bennaceur, Y. (2020).** *Le rôle de l'entrepreneuriat dans la diversification économique de l'Algérie*. Mémoire de Master, Université de Béjaïa.

Sources institutionnelles et rapports :

12. **Ministère de l'Industrie et des PME (2021).** *Rapport sur l'évolution du secteur des PME en Algérie*.

13. **Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ).** *Guide pratique pour la création d'entreprise en Algérie.*
14. **Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI).** *Rapport sur les opportunités d'investissement en Algérie (2022).*
15. **Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC).** *Études de cas sur le financement des entreprises en Algérie.*

INTRODUCTION GÉNÉRALE

Conclusion Générale

Le cours « **Gestion des Entreprises et Projet Professionnel** » fournit aux étudiants les connaissances fondamentales pour comprendre le monde de l'entreprise et s'y insérer efficacement. Il met l'accent à la fois sur la recherche d'emploi et l'entrepreneuriat, permettant ainsi aux apprenants de choisir entre intégrer une entreprise existante ou créer leur propre activité.

Tout au long des chapitres, nous avons exploré plusieurs aspects essentiels :

- ✓ **La nature et les formes des entreprises et sociétés** pour comprendre leur rôle dans l'économie et leurs différentes structures.
- ✓ **Le fonctionnement interne des entreprises**, en abordant les modes d'organisation, les structures hiérarchiques et les fonctions essentielles au bon développement d'une activité.
- ✓ **Les étapes de l'accès au marché du travail**, avec un focus sur les stratégies de recherche d'emploi, la rédaction de CV, la préparation aux entretiens d'embauche et les types de contrats.
- ✓ **La création d'entreprise**, qui guide les étudiants sur le parcours entrepreneurial, depuis l'émergence d'une idée jusqu'à la recherche de financements.
- ✓ **L'étude approfondie d'un projet d'entreprise**, permettant d'appliquer concrètement les connaissances acquises à travers une mise en situation réelle.

Au final, ce cours constitue une **véritable passerelle vers la vie professionnelle**. Que l'étudiant souhaite rejoindre une entreprise ou lancer sa propre activité, il dispose désormais des outils méthodologiques et des bases en gestion pour réussir son projet professionnel.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Chapitre I : L'entreprise et la société

Ouvrages académiques :

1. Drucker, Peter. Management: Tasks, Responsibilities, Practices . Harper & Row, 1973.
2. Mintzberg, Henry. Structure in Fives: Designing Effective Organizations . Prentice-Hall, 1983.
3. Osterwalder, Alexander, and Yves Pigneur. Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers . Wiley, 2010.
4. Porter, Michael E. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors . Free Press, 1980.
5. Robbins, Stephen P., and Mary Coulter. Management . Pearson, 2020.
6. Antoine Melo ‘’ Gestion d’entreprise’’ édition Melo France 2016
7. Thomas Durand ‘’ Management d’entreprise’’ édition Broché 2016
8. Philippe Guillermic ‘’ La gestion d’entreprise pas à pas ‘’ édition Poche 2015
9. Guy Raimbault ‘’Outils de gestion’’ édition Chihab Alger 1994
10. Institut de technologie financière ‘’ Initiation comptable ‘’OPU Alger 1993
11. Christian Bultez ‘’Guide et mode d’emploi des démarches ‘’ édition Nathan Paris 1993

Chapitre II : Organisation et fonctionnement de l'entreprise

Ouvrages académiques :

1. Fayol, H. (1916). "Administration industrielle et générale" – Ce livre est une référence fondamentale sur les principes de gestion et l'organisation des entreprises.
2. Drucker, P. (1954). "The Practice of Management" – Un ouvrage clé sur la gestion d'entreprise et le rôle du management dans la performance des organisations.
3. Mintzberg, H. (1979). "The Structuring of Organizations" – Une étude approfondie sur les différentes structures organisationnelles des entreprises.

📄 Articles et ressources en ligne:

4. Marchesnay, M. (2010). "Gestion des entreprises : Concepts et cas" – Une analyse des différentes fonctions de l'entreprise et des structures organisationnelles.
5. Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). "Marketing Management" – Référence essentielle pour comprendre la fonction marketing et commerciale au sein des entreprises.
6. Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). "The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action" – Méthodes modernes d'évaluation des performances des entreprises.

🌐 Sites et plateformes utiles :

7. Harvard Business Review (www.hbr.org) – Articles récents sur le management et l'organisation des entreprises.
8. Les Échos (www.lesechos.fr) – Actualités économiques et analyses sur les entreprises et leur gestion.
9. INSEE (www.insee.fr) – Statistiques et études sur les entreprises françaises.

Chapitre III : Comment accéder dans une entreprise ?

📖 Livres et Manuels

1. "Techniques de recherche d'emploi" – Bernard Gazier
 - Ce livre aborde les stratégies efficaces pour rédiger un CV, préparer un entretien et réussir son insertion professionnelle.
2. "Les clés du recrutement" – Laurent Brouat
 - Un guide sur les attentes des recruteurs, les types de contrats et les étapes d'un entretien d'embauche.
3. "L'insertion professionnelle des jeunes diplômés" – Collectif sous la direction de Pierre Cahuc
 - Une analyse des défis et solutions pour intégrer le marché du travail après les études.

🌐 Sites Web et Ressources en Ligne

1. Pôle Emploi (www.pole-emploi.fr)
 - Offres d'emploi, conseils sur la rédaction de CV et simulations d'entretien.
2. LinkedIn Learning (www.linkedin.com/learning/)
 - Cours sur le réseautage, la recherche d'emploi et la préparation aux entretiens.
3. APEC (www.apec.fr)
 - Aide à la recherche d'emploi pour les jeunes diplômés et les cadres.
4. ANEM Algérie (www.anem.dz)
 - Portail de l'Agence Nationale de l'Emploi en Algérie, utile pour la recherche d'offres et d'informations sur le marché du travail.

Articles et Guides

1. **"Comment rédiger un CV percutant ?"** – Le Monde de l'Emploi
2. **"Les erreurs à éviter en entretien d'embauche"** – Harvard Business Review
3. **"CDI vs. CDD : Quels avantages et inconvénients ?"** – Juritravail

Chapitre IV : Comment Créer sa Propre Entreprise

1. Khelil, M. (2019). *Entrepreneuriat et PME en Algérie : Enjeux et perspectives*. Éditions Universitaires Européennes.
2. Benachenhou, A. (2005). *L'économie algérienne : 50 ans après l'indépendance*. Casbah Éditions.
3. Drici, A. (2018). *Créer et gérer son entreprise en Algérie*. Éditions ENAG.
4. Ziani, A. (2020). *Stratégies de financement et de développement des entreprises en Algérie*. Office des Publications Universitaires.

Articles et Revues Académiques :

5. Boufateh, T. (2016). "Les défis de l'entrepreneuriat en Algérie : contraintes et opportunités." *Revue des Sciences Humaines*, Université de Tlemcen.
6. Sbaouelgi, J. & Bourenane, E. (2018). "L'impact du climat des affaires sur la création d'entreprise en Algérie." *Revue Algérienne d'Économie et de Management*.
7. Kherbachi, S. (2021). "L'entrepreneuriat en Algérie : Analyse du rôle de l'ANSEJ." *Revue de Gestion et d'Économie Appliquée*.

Thèses et Mémoires Universitaires :

8. Meziane, H. (2017). *Les jeunes entrepreneurs et les dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie : Une étude empirique*. Thèse de Doctorat, Université d'Alger 3.
9. Bennaceur, Y. (2020). *Le rôle de l'entrepreneuriat dans la diversification économique de l'Algérie*. Mémoire de Master, Université de Béjaïa.

Chapitre V : Étude d'un Projet de Création d'Entreprise

1. Khelil, M. (2019). *Entrepreneuriat et PME en Algérie : Enjeux et perspectives*. Éditions Universitaires Européennes.
2. Drici, A. (2018). *Créer et gérer son entreprise en Algérie*. Éditions ENAG.
3. Benachenhou, A. (2005). *L'économie algérienne : 50 ans après l'indépendance*. Casbah Éditions.
4. Ziani, A. (2020). *Stratégies de financement et de développement des entreprises en Algérie*. Office des Publications Universitaires.
5. Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Wiley.

Articles académiques et études :

6. Boufateh, T. (2016). "Les défis de l'entrepreneuriat en Algérie : contraintes et opportunités." *Revue des Sciences Humaines*, Université de Tlemcen.
7. Sbaouelgi, J. & Bourenane, E. (2018). "L'impact du climat des affaires sur la création d'entreprise en Algérie." *Revue Algérienne d'Économie et de Management*.
8. Kherbachi, S. (2021). "L'entrepreneuriat en Algérie : Analyse du rôle de l'ANSEJ." *Revue de Gestion et d'Économie Appliquée*.
9. OECD (2020). *SME and Entrepreneurship Policy in Algeria 2020*. OECD Publishing.

Thèses et Mémoires Universitaires :

10. Meziane, H. (2017). *Les jeunes entrepreneurs et les dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie : Une étude empirique*. Thèse de Doctorat, Université d'Alger 3.
11. Bennaceur, Y. (2020). *Le rôle de l'entrepreneuriat dans la diversification économique de l'Algérie*. Mémoire de Master, Université de Béjaïa.

Sources institutionnelles et rapports :

12. Ministère de l'Industrie et des PME (2021). *Rapport sur l'évolution du secteur des PME en Algérie*.
13. Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ). *Guide pratique pour la création d'entreprise en Algérie*.
14. Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI). *Rapport sur les opportunités d'investissement en Algérie (2022)*.
15. Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC). *Études de cas sur le financement des entreprises en Algérie*.

Chapitre VI : Création d'entreprise en Algérie : la forme juridique et les statuts

Ouvrages et Livres:

1. Bachir, M. (2018). *Droit des sociétés en Algérie : Aspects juridiques et pratiques*. Éditions ENAG.
2. Benchenouf, A. (2017). *Le droit des affaires en Algérie : Entreprises et investissements*. Casbah Éditions.
3. Khelil, R. (2020). *Guide pratique de l'entrepreneur en Algérie : Création, gestion et fiscalité*. Éditions Dalimen.

Articles et Publications académiques :

4. Meziani, A. (2019). "Les formes juridiques des entreprises en Algérie : Choix et implications." *Revue Algérienne de Droit et de Gestion*, 5(2), 45-62.

5. Touati, H. (2021). "L'évolution du cadre juridique de l'entreprise en Algérie : Analyse et perspectives." *Revue des Sciences Économiques et de Gestion*, 8(1), 89-105.

Textes de loi et Documents officiels :

6. Code de commerce algérien (modifié et complété). Disponible sur le site du Journal Officiel de la République Algérienne (www.joradp.dz)
 7. Agence Nationale du Développement de l'Investissement (ANDI). *Guide de l'investisseur en Algérie*. Disponible sur www.andi.dz
-

Matière : Projet professionnel et gestion d'entreprise

VHS : 22h30 (cours : 01h30)

Crédits : 1

Coefficient : 1

Objectifs de l'enseignement :

Se préparer et maîtriser les outils méthodologiques nécessaire à l'insertion professionnelle en fin d'études, se préparer à la recherche d'emploi. Etre sensibilisé à l'entrepreneuriat par la présentation d'un aperçu des connaissances de gestion utiles à la création d'activités et pouvoir mettre en œuvre un projet.

Contenu de la matière :

Chapitre 1 : L'entreprise et la société (3 semaines)

L'entreprise : Définition et objectifs de l'entreprise. Différentes formes d'entreprise, structure de l'entreprise, personnel et partenaire de l'entreprise.

Différents types d'entreprise (TPE, PME,PMI,ETI,GE)

La société : Définition et objectifs de l'entreprise

Différents types d'entreprise (SARL, EURL, SPA, SNC,)

Différence entre entreprise et société.

Chapitre 2 : Fonctionnement et organisation de l'entreprise (2 semaines)

Mode d'organisation et de fonctionnement de l'entreprise

Les principales fonctions de l'entreprise (entreprise de production, de service, ...)

Structure de l'entreprise (définition et caractéristiques)

Différents types de structures (structure fonctionnelle, divisionnelle, multidivisionnelle,

Hiérarchico-fonctionnelle "staff and line").

Activités annexes de l'entreprise (partenariat, sous-traitance, ...).

Chapitre 3 : Comment accéder dans une entreprise ? (3 semaines)

Les besoins et qualité en personnels (cadres supérieurs, gestionnaire, techniciens, ouvriers...), Ou trouver l'offre d'emploi (ANEM, rubrique, internet...)

Comment s'y prendre (la demande, le C.V.)

Les différents types d'entretien d'embauche et comment s'y prendre pour un entretien.

Les types de contrat de travail (CDI et CDD)

Salaire (comment on calcule une fiche de paye).

Chapitre 4 : Comment créer sa propre entreprise ? (3 semaines)

Le parcours du créateur d'entreprise (l'idée, le capital, aide financière ...)

Comment trouver une bonne idée.

Dispositifs d'aides financières à l'investissement (ANSEJ, CNAC, ANDI, ANGEM, PNR)

Chapitre 5 : Etude d'un projet de création d'entreprise (4 semaines)