



République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de

La Recherche Scientifique

Université Abou Bekr Belkaid –Tlemcen-



Spécialité : Entrepreneuriat et Création d'Entreprise

Mémoire de fin d'étude

Pour l'obtention d'un diplôme de Master 2

Thème :

Conception d'ouverture d'une boutique de  
fleurs " JASMIN "

à Maghnia

Elaboré par :

Melle Mekkaoui Meryem

Encadré par :

Mme Berbar. W

Membre de jury :

Présidente : MA. ABBOURA Rachida Université de Tlemcen

Encadreur : MA. BERBAR Wafaa Université de Tlemcen

Examinatrice : PR. TEBET Wassila Université de Tlemcen

Examinatrice : MA. GRARI Amina Université de Tlemcen

Année universitaire : 2013\_2014



## *Remerciements*

*En tout premier lieu, je remercie le bon Dieu, tout puissant, de m'avoir donné la force pour survivre, ainsi que l'audace pour dépasser toutes les difficultés.*

*Ma plus grande gratitude va à mon encadreur madame Berbar Wafaa, pour sa disponibilité permanente, la confiance qu'elle m'a accordée, et ses précieux conseils qui m'ont permis de mener à bien ce travail*

*J'exprime toute ma reconnaissance à Madame Abboura Rachida, pour avoir bien voulu accepter de présider le jury de ce mémoire.*

*Que Madame Tabet Wassila, trouve ici l'expression de mes vifs remerciements pour avoir bien voulu examiner ce travail.*

*Que Madame Grari Amina trouve ici l'expression de nos vifs remerciements pour avoir bien voulu examiner ce travail.*

*A fin de n'oublier personne, mes vifs remerciements s'adressent à tous ceux qui m'ont aidé à la réalisation de ce modeste mémoire.*



## *Dédicace*

*Je dédie ce modeste travail :*

*A mes chers parents qui ont fait preuve de beaucoup de patience et de sacrifice,  
qu'ils trouvent ici un modeste témoignage de mon indéfini tendresse... Il y a tant  
d'amour et de générosité dans vos âmes*

*A mes frères : Mohamed Amine, Yusef et Adnan*

*A mes chères grand-mères, ainsi tous mes oncles et tantes, mes cousins et cousines*

*A mes chères Naima, Rachida, Asma, Sarah, Khalida, Fatima et Yousra*

*A toutes mes amies Khadidja, Lamia, Nawal ainsi tous le groupe  
d'entrepreneuriat et création d'entreprise*





∞	<b>Introduction générale :</b> .....	1
∞	<b><u>Chapitre I</u> : Présentation du projet</b> .....	7
◆	<b><u>Introduction</u></b> :.....	7
◆	<b><u>Section I</u> : <b>Entrepreneuriat et création d'entreprise</b></b> .....	8
	1_ Définition de l'entrepreneuriat.....	8
	2_ l'enjeu de la création d'entreprises dans le monde.....	12
	3_ L'entrepreneuriat en Algérie.....	14
◆	<b><u>Section II</u> : <b>Présentation de l'idée</b></b> .....	25
	1_ La naissance de l'idée et la présentation du choix du projet.....	25
	2_ L'historique du fleuriste (les origines et l'évolution).....	29
	3_ Les activités principales d'un fleuriste.....	31
	4_ La place des fleurs dans les sociétés.....	32
◆	<b><u>Conclusion</u></b> :.....	34
∞	<b><u>Chapitre II</u> : <b>Financement du projet</b></b> .....	36
◆	<b><u>Introduction</u></b> :.....	36
◆	<b><u>Section I</u> : <b>L'aide à la création d'entreprise en Algérie</b></b> .....	37
	1_ Les banques et les instruments de financement des PME en Algérie.....	37
	2_ Dispositifs d'aide à la création d'entreprise et régimes d'incitation à l'investissement.....	43
	3_ L'aide à l'accès aux financements bancaires.....	51



4_ Les structures d'appui et d'animation économique locale.....	58
◆ <b>Section II : L'Agence Nationale pour le Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ) comme mode de financement de notre projet.....</b>	<b>60</b>
1_ Aperçu générale sur l'ANSEJ.....	60
2_ Le financement des micro-entreprises via le dispositif ANSEJ et les avantages fiscaux.....	62
3_ L'accompagnement assuré par le dispositif ANSEJ.....	65
4_ Les réalisations du dispositif ANSEJ en chiffres.....	69
◆ <b>Conclusion :</b> .....	<b>71</b>
∞ <b>Chapitre III : Business plan de la boutique JASMIN.....</b>	<b>72</b>
◆ <b>Introduction :</b> .....	<b>72</b>
◆ <b>Section I : L'analyse du questionnaire.....</b>	<b>73</b>
1_ Segmentation de la clientèle potentielle.....	73
2_ La culture et l'achat des fleurs.....	74
3_ L'installation d'un fleuriste.....	76
◆ <b>Section II : Business plan.....</b>	<b>78</b>
1_ Présentation du projet.....	78
2_ L'élément de l'étude commerciale.....	80
3_ L'élément de l'étude technico-économique.....	97
◆ <b>Conclusion :</b> .....	<b>105</b>
∞ <b>Conclusion générale :</b> .....	<b>106</b>
∞ <b>Bibliographie.....</b>	<b>108</b>
∞ <b>Liste des tableaux.....</b>	<b>113</b>
∞ <b>Liste des figures.....</b>	<b>114</b>
∞ <b>Annexes.....</b>	<b>115</b>



## *Sommaire*

---

## **Introduction générale**

Durant ces dernières années, il est argué que l'entrepreneuriat et l'entreprise sont devenus des facteurs importants et critiques de la compétitivité et de la croissance des économies des pays. Tous les pays se sont penchés à la recherche des façons de promouvoir et faciliter une dynamique d'entrepreneuriat et une culture entrepreneuriale vibrante de potentialités pour stimuler plus d'activités entrepreneuriales. Ainsi, augmenter les niveaux et les taux d'activités entrepreneuriales nécessite des entrepreneurs, hommes ou femmes preneurs de décisions pour créer et développer leurs entreprises.

Nul ne saurait aujourd'hui mettre en doute le rôle primordial que jouent les entrepreneurs et leurs entreprises dans le système économique mondial. La création d'entreprise attire une attention particulière des instances locales, régionales, nationales et voire même internationale. Elle apparaît comme une solution stratégique performante pour répondre aux problèmes d'insertion et de chômage des populations et devient un enjeu majeur dans les politiques de promotion de l'esprit d'entreprise des pays.

En Algérie, comme dans d'autres pays, les PME constituent la grande partie du tissu économique, bien que l'importance accordée à celle-ci ne soit pas récente. Ainsi les résultats ne sont apparus qu'à partir des années 2000, après une série de mesures d'accompagnement des entreprises pour les amener à acquérir une capacité suffisante de compétitivité.

De nombreuses études de conjonctures économiques estiment que les PME algériennes connaissent des contraintes de financement importantes, elles soulignent, parmi les préoccupations des entrepreneurs, le problème de disponibilité des crédits. Cette inquiétude arrive au premier rang de leurs préoccupations, devant les problèmes de bureaucratie, de l'inaccessibilité du foncier, de fiscalité abusive... etc.



Dans un environnement de transition d'une économie sociale vers une économie de marché, la PME s'impose comme une entité économique qui pourra compenser le déficit récurrent de la grande entreprise nationale. Pour promouvoir ce secteur privé, jusqu'au là marginalisé, au profit du public, les pouvoirs publics ont créé toute une série d'organismes chargés de développer les entreprises privés (Ministère de la PME, Fonds de garantie...). Une batterie de programmes et de mesures incitatives, pour encourager leur essor, a été engagé dans le cadre d'une politique globale de promotion de la PME algérienne, entamée depuis la fin des années 90.

Les organismes existants en Algérie pouvant avoir un rôle d'appuis auprès des PME, sont des structures d'aides, sous forme d'agences nationales, chargées de l'exécution des politiques publiques d'assistance et de soutien à la création et au développement des entreprises. Mis en place dans les années 2000, dans le cadre d'une nouvelle approche de développement économique, basée principalement sur l'initiative privée, contrairement aux stratégies de développement de l'époque du socialisme, des 70 et 80 : des industries industrialisantes et des grandes sociétés nationales. Parmi ces agences on peut citer : l'Agence Nationale de Développement des Investissements (ANDI) créée en 2001, l'Agence Nationale pour le Soutien à l'Emploi des jeunes (ANSEJ) mise en place en 1997, la Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC) à partir de 2004, l'Agence Nationale de Gestion du Microcrédit (ANGEM) créée en 2004.

A coté de ces quatre organismes nationaux, on trouve aussi nombreuses structures et instruments, dont la finalité est toujours l'instauration d'un climat favorable à la création d'entreprises privées et au développement des investissements, ont peut citer : le Fond de Garantie des Crédits aux PME créé en 2004, la Caisse de Garantie des crédits à l'investissement des PME créée en 2004...etc. On peut additionner les structures d'appuis et d'animation

économique locale telle que les pépinières des entreprises et les centres de facilitations.

L'ensemble de ces organisations constitue un soutien à la création et au développement des entreprises privées, en leur facilitant, notamment, l'accès au financement.

On prend conscience de l'importance du monde végétal qui nous entoure et celle de le préserver. Nous sommes dans le monde vivant, dans la biodiversité, et non pas à côté ! Il suffit d'ouvrir les yeux, la biodiversité est là : dans notre environnement. Sans la nature, sans les plantes, il n'y a tout simplement plus de vie sur Terre. Les fleurs sont présentes en permanence dans notre vie. Les messages qu'elles transmettent sont toujours appréciés et les fleurs font partie de la célébration pour n'importe quelle occasion. Même sans une occasion particulière, il est habituel d'offrir des fleurs.

En général, un fleuriste doit aller bien au-delà de la vente de fleurs. En fait, il vend un service de pouvoir fournir un bouquet parfaitement arrangé. Et pour réussir dans cette branche, il faut disposer de la connaissance, le matériel et le travail.

L'élément clef est la connaissance du métier et les capacités à créer un bel arrangement floral. Il doit également posséder les connaissances de base en horticulture, ainsi que la méthode pour conserver les fleurs coupées. Bien entendu, le sens artistique est un gros atout, afin de sortir des bouquets originaux. Et tout est centré autour de la demande du client, Le fleuriste fait tout ce qu'il peut pour le contenter. C'est à ce prix que le succès viendra. Son -aire, son choix et son approvisionnement en fleurs du moment, suivant la saison, peuvent faire que le bouquet confectionné puisse, à son initiative et touche personnelle, parfois différer du visuel illustratif dont le nombre de fleurs, pair ou impair par exemple.



Comme toute activité professionnelle indépendante, le métier de fleuriste ne se limite pas à ses côtés techniques, c'est-à-dire au travail du végétal et à une offre de produits et de services autour de la fleur. Il comprend aussi de l'organisation, de l'administratif, du commercial, de la gestion, etc. dont la maîtrise est indispensable à la bonne marche et au développement de l'activité.

A la ville de Tlemcen ; la chose qu'on a remarquée, on ne voit jamais de vendeur de fleur à Tlemcen... pourtant la ville, ne manque pas de beauté et de verdure et ses habitants ne manquent pas de culture et de savoir vivre.

En outre, à la ville de Maghnia, les habitants sont des amateurs de la nature et leur demande sur les fleurs est toujours présente, mais on trouvera jamais un marchand de fleurs. Certains gents pour leur besoin en fleurs, font appel à leurs jardins.

Dans cette étude, on va essayer de répondre à une problématique posée :

***Quelle est la place de la culture des fleurs au sein de la société ? Et comment réaliser un projet réussi et rentable pour récupérer le manque de fleuriste ?***

On a choisi d'entreprendre l'ouverture d'une boutique de fleurs "*JASMIN*", et pour réaliser ce projet on va poser un nombre de questions :

- Q  
Qu'est-ce que l'entrepreneuriat ? et quelle est la situation de l'entrepreneuriat en Algérie ?
- L  
Le choix du projet, Comment est-il fait ?
- Q  
Quelles sont Les organismes existants en Algérie ayant le rôle d'appui auprès des PME ?

## *Introduction générale*

---

- Q  
quel est le mode de financement choisi pour le projet ?
- C  
comment déterminer et analyser notre clientèle potentielle?
- C  
comment établir le business plan ?

### *L'objectif du projet:*

- R  
récupérer le manque de fleuriste et satisfaire le besoin des habitants de la ville.
- F  
fournir un produit d'une bonne qualité.
- L  
la vente des fleurs soit par unité où sous forme de compositions florales.

La boutique *JASMIN*, la première de son genre sera implantée dans la ville de Maghnia.

Pour répondre à la problématique posée on a divisé ce travail en trois chapitres :

### *1<sup>er</sup> chapitre : Présentation du projet*

L'entrepreneuriat joue un rôle primordial dans le développement de l'économie, pour cela, la première section nous permet de poser le cadre général et les définitions nécessaires à la compréhension du contexte global de l'entrepreneuriat dans le monde et en Algérie. La présentation de l'idée est réservée dans la deuxième section.



***2<sup>ème</sup> chapitre : Financement du projet***

Le financement est parmi les contraintes qui faire face aux entrepreneurs avant la réalisation de leurs projets. Dans la première section, on va présenter les modes de financement et les aides à la création d'entreprises existants en Algérie. Le mode de financement choisi pour le projet sera présenté dans la deuxième section.

***3<sup>ème</sup> section : Business plan de la boutique JASMIN***

Ce chapitre va nous permettre d'étudier la clientèle potentielle puis établir le business plan qui contient la présentation du projet, l'étude commerciale et en dernier l'étude technico-économique.





# ***PREMIER CHAPITRE***

## ***Présentation du projet***

### **Chapitre I : Présentation du projet**

#### **Introduction :**

#### **◆ Section I : Entrepreneuriat et création d'entreprise.**

- 1\_ Définition de l'entrepreneuriat.
- 2\_ l'enjeu de la création d'entreprises dans le monde.
- 3\_ L'entrepreneuriat en Algérie.

#### **◆ Section II : Présentation de l'idée.**

- 1\_ La naissance de l'idée et la présentation du choix du projet.
- 2\_ L'historique du fleuriste (les origines et l'évolution).
- 3\_ Les activités principales d'un fleuriste.
- 4\_ La place des fleurs dans les sociétés.

#### **Conclusion :**

## **Introduction**

L'entrepreneuriat est considéré comme un déterminant majeur des performances économiques. Il constitue un instrument efficace pour créer des emplois, augmenter la productivité et la compétitivité, lutter contre la pauvreté et améliorer les conditions sociales de la population.

La création d'entreprise est une véritable aventure. Elle demande de l'enthousiasme mais aussi du réalisme et du professionnalisme pour transformer une idée en un projet puis en une entreprise. La naissance d'une entreprise résulte de la combinaison de plusieurs facteurs : une idée, une demande, un capital et de la volonté.

S'il est largement admis que l'esprit d'entreprendre et de prise de risque sont les moteurs de la dynamique de création d'entreprise, il est aussi vrai que cette dynamique est largement corrélée à la qualité du climat des affaires qui règne dans un pays. Dans le cadre de sa réhabilitation, l'Algérie a exprimé sa forte volonté, de devenir un état émergent et a pris certaines dispositions pour concrétiser cet objectif. La mise en place d'un tissu industriel et économique favorable permettra à l'Algérie d'accéder à une croissance dynamique et acceptable et de garantir sa relance et créer un espace attractif pour la création des entreprises.

Le premier chapitre se divise en deux sections. La première section permet de poser le cadre général et les définitions nécessaires à la compréhension du contexte global de l'entrepreneuriat dans le monde et en Algérie. La deuxième section présente l'idée et l'historique du fleuriste et ses activités.



## ◆ Section I : Entreprenariat et création d'entreprise

### 1 Définition de l'entreprenariat

Les premières tentatives de développement d'une théorie de l'entrepreneuriat ont été faites par SAYEB (1803) et CANTILLON (1925). Tenue Par la suite, elle a été véritablement popularisée par MILL (1848)<sup>1</sup>. Pour ces auteurs, l'exercice du rôle de l'entrepreneur s'identifie par sa part dans le capital. L'entrepreneur est le propriétaire du capital. C'est à lui que revient le droit de prendre les décisions essentielles puisqu'il supporte seul les risques. Ces auteurs considéraient la prise de risque comme l'activité essentielle de l'entrepreneur.

L'entrepreneurship est passé dans le vocabulaire d'anglo-saxon, son équivalent français « l'entrepreneuriat ». D'ailleurs, son orthographe semble incertaine : entrepreneuriat, entrepreneuriat ou entrepreneuriat<sup>2</sup>. Le Petit Robert ne saurait servir d'expédient puisqu'il ne mentionne aucun des trois mots. Pourtant le terme vient à l'évidence du français entreprendre ou entrepreneur<sup>3</sup>. Au 19<sup>ème</sup> siècle, l'entrepreneur était une personne qui identifiait une opportunité et la développait, en réunissant des ressources et en mettant sur pieds une entreprise. Il est aussi possible de privilégier le terme entrepreneuriat puisque, comme le précise l'Office québécois de la langue française, il dérive bien de celui d'entrepreneur<sup>4</sup>.

Selon Thierry Verstraet : «l'entrepreneuriat est un phénomène combinant un individu et une organisation. Son action induit du changement et conduit à une modification partielle de l'ordre existant»<sup>5</sup>.

L'entrepreneuriat peut se définir aussi comme : «une culture à part entière qui est susceptible, de ce fait, de se développer dans différents contextes (les sociétés, les entreprises)». L'approche descriptive des caractéristiques de la

<sup>1</sup> - Y. GASSE, « l'entrepreneur moderne : attributs et fonctions », Revue Internationale de Gestion, P 4, vol 7, N° 4, Novembre, 1983.

<sup>2</sup> - Le rédacteur du supplément « entreprendre, la vraie vie » du n°59 d'acteurs de l'économie Rhone-Alpes utilise indifféremment les trois orthographes.

<sup>3</sup> - Global Entrepreneurship Monitor, National Entrepreneurship Assessment. United States of America, rapport exécutif, 2000.

<sup>4</sup> - <http://www.oqlf.gouv.qc.ca/ressources/bibliotheque/officialisation/index.html> (visiter le 25/02/2014).

<sup>5</sup> - Thierry Verstraet, histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat, P27, Paris : édition management et société, 2000.

## Chapitre I : Présentation du projet

culture entrepreneuriale, adoptée notamment par Max Weber, prône cette dernière comme un des moteurs de la modernité occidentale<sup>6</sup>.

Ainsi, la culture entrepreneuriale se diffère d'un contexte à autre et d'un pays à autre. Pour cela, « l'esprit d'entreprise est une question de culture, et si un pays désire accroître la propension à entreprendre de sa population, alors il lui incombe de favoriser le développement des capacités associées à cet esprit : motivation, créativité, prise d'initiative, etc. »<sup>7</sup>.

De façon empirique, on peut la définir comme « une activité liée à la formation de nouvelles entreprises et l'auto-emploi ». Mais même si les entrepreneurs se basent sur des aspects déjà existante (ils imitent ce que font d'autres entreprises), le processus de l'organisation mis en œuvre se réfère à de la créativité. Pour valoriser l'opportunité, l'entrepreneur choisit un mode d'exploitation qui conditionne la dimension de la nouvelle organisation. Il doit aussi définir la forme légale à partir d'un choix entre formes, la taille, la sélection ses employés et les modalités de la relation de travail établie avec eux. Il doit également mettre en place les processus qui permettront de transformer les entrées en sorties.<sup>8</sup>

L'entrepreneuriat repose sur les postulats suivants :

- ◆ Il requiert l'existence d'opportunités.
- ◆ Des différences existent entre les personnes.
- ◆ Le rapport au risque.
- ◆ C'est un processus qui combinant des rapports avec des activités et d'organisation.

L'entrepreneuriat ne nécessite pas forcément la création d'une nouvelle structure, il n'est pas non plus forcément le fait d'une seule personne, et il n'est pas fatalement couronné de succès. Les entrepreneurs sont considérés comme des individus capables de construire une activité au regard des changements de

---

<sup>6</sup> - Malek BOURGUIBA, "De L'intention A L'Action Entrepreneuriale : Approche Comparative Aupres De TPE Françaises Et Tunisiennes", thèse de Doctorat ès Nouveau Régime Sciences de gestion de l'université de NANCY 2, France, soutenue le 06/12/2007

<sup>7</sup> - Sénicourt P, Vestraete T, " Apprendre à entreprendre : Typologie è quatre niveaux pour la diffusion d'une culture entrepreneuriale au sien du système éducatif ", P 3, Reflets et perspectives de la vie Economique, De Boeck Université, tome XXXIX, n°4, 2000.

<sup>8</sup> - Y. Pesqueux, "les figures de l'autre en sciences des organisations" in J, PP : 314-319, Ardoino et G. Bertin (Eds), Figure de l'autre, Téraède, Mayenne, 2010.



## Chapitre I : Présentation du projet

la société en trouvant des manières d'exploiter économiquement les opportunités.<sup>9</sup>

Les théoriciens économiques de la liaison « entrepreneur-opportunités » les plus célèbres sont J. A. Schumpeter<sup>10</sup> et I. M. Kizner. Pour J. A. Schumpeter, l'existence de nouvelles informations est essentielles au processus de compréhension des nouvelles opportunités et pour la construction de la réponse correspondante. Alors pour I. M. Kerzner<sup>11</sup>, c'est l'incomplétude des connaissances sur les ressources qui crée les surplus et les manques sur ces ressources et qui fondent les opportunités.

L'Agence française pour la création d'entreprise (APCE, [www.apce.com](http://www.apce.com)) a adopté depuis janvier 2007, la définition suivante de la création d'entreprise : «L'apparition d'une unité légale exploitante n'ayant pas de prédécesseur, c'est à dire que la création d'entreprise doit obligatoirement être accompagnée de la mise en œuvre de nouveaux moyens de production». Cette définition englobe ce qui était auparavant considéré comme des créations pures, plus une partie des créations d'entreprises individuelles réactivées après une période de cessation d'activité (appelées aussi réactivations) et une partie des reprises d'entreprises. Les reprises d'entreprises pour lesquelles il n'y a pas de continuité dans l'activité (c'est à dire les reprises pour lesquelles il y a changement de localisation ou changement d'activité) sont considérées comme des créations.<sup>12</sup>

Pour résumer tous ce qu'on a cité avant, on peut dire que « l'entrepreneuriat est une activité impliquant la découverte, l'évaluation et l'exploitation d'opportunités, dans le but d'introduire de nouveaux biens et sévices, de nouvelles structures d'organisation, éventuellement, n'existaient pas auparavant ».

Le niveau d'activité entrepreneuriale dépend largement de l'existence d'opportunités et de la facilité des individus pour les percevoir. La seule existence d'opportunités d'entreprendre et le fait d'en être conscient ne sont pas des éléments suffisants pour être un entrepreneur. Encore faut-il avoir la capacité, c'est-à-dire la motivation et le savoir faire, de concrétiser ces opportunités.

<sup>9</sup> - Y. Pesqueux, , op.cit, P314\_319.

<sup>10</sup> - J. A. Schumpeter, *Capitalism, Socialism and Demodracy*, P54, Harper and Raw, New-york, 1962 (trad..G. Fain, *Capitalisme, socialisme et démocratie*, Payot, Paris, 1990).

<sup>11</sup> - I. M. Kerzner, *Competition and Entrepreneurship*, University of Chicago Press, P 70, 1975 (trad, R. Auouin, *Concurrence et Esprit d'Entreprise*, Economica, Paris, 2005).

<sup>12</sup> Alain Fayolle, "Apprendre à entreprendre", P 16, édition n°2, Dunod, Paris, 2012.

## *Chapitre I : Présentation du projet*

Dans la théorie économique, les forces concurrentielles obligent l'entreprise à opérer un calcul qui lui permet d'optimiser son profit. L'objectif de toute entreprise serait donc la maximisation du profit. Le succès ou l'échec d'une entreprise serait donc entièrement explicables par le biais de facteurs matériels. À la limite, l'entrepreneur cherche l'optimisation de ses profits sur un marché où l'information est parfaite, la prévision possible et la planification facilitée. Dès le début des années 1960, un certain nombre de travaux portant sur les grandes entreprises ont montré que les objectifs poursuivis par les dirigeants d'entreprises étaient plutôt l'accroissement des parts de marché de l'entreprise, le prestige ou le pouvoir<sup>13</sup>.

La concurrence réelle permet à l'entrepreneur de poursuivre d'autres objectifs que la maximisation du profit. Devenir le chef d'une entreprise rentable est certes la garantie d'un revenu intéressant, mais, ce n'est pas la motivation première de l'entrepreneur. Les entrepreneurs poursuivent fréquemment des objectifs non lucratifs, tels que la satisfaction psychologique d'être son propre patron. L'indépendance, professionnelle et/ou financière, sont aussi des motivations pour les entrepreneurs. À côté de l'objectif d'autonomie, il existe une multitude d'autres. On peut citer, par exemple, la volonté d'assurer un revenu ou un emploi pour sa famille, le désir de réaliser des produits de qualité, la créativité, le pouvoir, le statut, la réalisation individuelle, la pérennité de l'entreprise, etc.<sup>14</sup>

Tout cela ne signifie pas qu'aucun entrepreneur n'attache d'importance au profit. Celui-ci peut constituer un étalon de mesure de leur réussite ou permettre de leur assurer un niveau de vie satisfaisant.<sup>15</sup>

Donc, on peut citer trois principaux éléments qui guident l'entrepreneur sur le chemin de la réussite<sup>16</sup> :

### *1.1\_ Le désir de réalisation personnelle*

L'entrepreneur est un créatif et cela le pousse à vouloir utiliser cette qualité au maximum. Il a besoin de toucher à tout et de s'épanouir dans d'autres domaines. Un salarié se sent limité lorsqu'il est salarié car son employeur ne le

<sup>13</sup> \_ Frank Janssen, *entreprendre : une introduction à l'entrepreneuriat*, P35, 1<sup>re</sup> édition, De Boeck, 2009, bruxelles, Belgique.

<sup>14</sup> \_ Frank Janssen, *op.cit.* P36.

<sup>15</sup> \_ Frank Janssen, *op.cit.* P36.

<sup>16</sup> \_ **Futur Entrepreneur** - Apprendre et échanger pour changer et entreprendre visiter le 28/02/2014 : <http://www.futureentrepreneur.fr/2010/12/25/les-3-motivations-de-l%E2%80%99entrepreneur/>



## *Chapitre I : Présentation du projet*

---

laisse pas exploiter son potentiel créatif. Par contre, l'entrepreneur s'épanouit profondément dans l'émergence et le développement de ses propres idées.

Il trouve donc l'inspiration dans la possibilité de créer une entreprise et de la réalisation de ses propres idées, qui le guideront dans l'action du quotidien. Il se réalise dans les produits qu'il conçoit, la marque qu'il a créée et la stratégie de son entreprise parce qu'il y met son affecte, ses touches et ses capacités intellectuelles.

Entreprendre c'est aussi avoir l'occasion de construire un projet sur son propre système de valeurs qui peuvent par exemple être de développement durable ou dans un style de management.

### *1.2\_ Le désir d'indépendance et de réussite*

L'entrepreneur veut maîtriser sa vie en exploitant les efforts de son travail, son investissement personnel et financier. Par ailleurs, l'entrepreneur aime se fixer lui-même ses objectifs, cela qui lui confèrent une emprise sur sa propre vie et sur son destin.

Ainsi, l'entrepreneur veut être indépendant pour gouverner sa vie, faire lui-même le choix et ne pas se sentir soumis par des obligations que lui imposerait un tiers. Il veut donc se réapproprier le fruit de son travail et éprouver de la liberté dans celui-ci. Ceci le guide même si c'est souvent accompagné de doute et de solitude.

L'argent est souvent un guide fort pour les entrepreneurs. Celui-ci investit une partie de son patrimoine dans son projet et le risque qu'il prend mérite une rétribution. Au delà de la fortune, l'entrepreneur cherche à améliorer son niveau de vie personnel et profiter des plaisirs de la vie.

## **2\_ L'enjeu de la création d'entreprises dans le monde**

La création d'entreprises est aujourd'hui un enjeu économique, politique et intellectuel dans les pays industriels<sup>17</sup>. Les raisons de cette situation peuvent être présentées en deux ensembles de propositions. D'une part, la création d'entreprises est considérée par les responsables politiques comme le moyen privilégié de stimuler l'innovation technologique. Elle est le signe du

---

<sup>17</sup> \_ Steyaert Ch, Hjorth D, « New movements in Entrepreneurship », p25, Edward Elgar (London), 2003.

## *Chapitre I : Présentation du projet*

dynamisme technologique contribuant à renforcer la compétitivité du système productif<sup>18</sup> et la compétitivité nationale. D'autre part, la création d'entreprises est perçue comme un moyen de lutte contre le chômage et l'exclusion. La croissance est caractérisée par l'augmentation de la taille des entreprises et par le développement de l'emploi salarié. La crise économique des années 1970-1980 et les progrès techniques réalisés en matière d'automatisation et d'informatisation de la production industrielle<sup>19</sup>. Le chômage s'est développé touchant une population importante et diversifiée (qualifiée et non qualifiée). De plus, la saturation de la demande pour des produits industriels (automobile, produits électroménagers, etc.) a rendu nécessaire la production de nouveaux produits pour créer de nouveaux marchés, une nouvelle demande<sup>20</sup>. L'intervention de l'Etat est déterminante, la création d'entreprises se présente comme la solution à tous les maux auxquels la société et l'économie sont confrontées.

Quels sont les facteurs clés de la création d'entreprises ? Différentes réponses sont proposées mettant souvent en avant le rôle des politiques publiques ou la détermination de l'entrepreneur. Certains économistes<sup>21</sup> professent que l'Etat joue un rôle primordial de soutien à l'offre. Les effets sur la croissance semblent plus importants en termes d'innovations et de créations d'emplois. Les politiques publiques des pays industriels ont été orientées selon cette logique car la création de nouvelles activités a pour fonction à la fois d'absorber les surnuméraires du chômage et de stimuler l'innovation technologique.

La création d'entreprises n'est rien sans l'entrepreneur. L'esprit d'entreprise, le goût pour les affaires et de l'indépendance sont fréquemment invoqués par les économistes et les gestionnaires pour justifier la création d'entreprises. L'entrepreneur était considéré comme l'agent économique qui réalise de

---

<sup>18</sup> \_ Uzunidis D, « L'innovation et l'économie contemporaine, Espaces cognitifs et territoriaux », p120, Collection : Économie, Société, Région, Éditeur : De Boeck Supérieur, 2004.

<sup>19</sup> \_ Gaffard J-L, « Croissance et fluctuations économiques », P97, Montchrétien, deuxième Edition, 1997.

<sup>20</sup> \_ Laperche B, L'innovation orchestrée, Risque et organisation, Collection « Economie et innovation », P63, L'Harmattan, 2004.

<sup>21</sup> \_ Romer P.M, Increasing returns and long-run growth, Journal of Political Economy , P 10, Vol. 94, No. 5, Oct, 1986 The University of Chicago Press.



nouvelles combinaisons de facteurs de production, en d'autres termes qui innove.<sup>22</sup>

Au début des années 1980, les enjeux théoriques ne sont plus les mêmes. Le chômage de masse et la stagnation économique conduisent nombre d'économistes à revenir sur les motivations de l'entrepreneur. Le chômage peut être dans ces conditions à l'origine de la création d'entreprises mettant ainsi l'accent, non pas tant sur la quête de pouvoir de l'entrepreneur, sur la nécessité de survivre<sup>23</sup>. Ce constat nous a conduits à développer le concept de potentiel de ressources de l'entrepreneur. Celui-ci appartient en propre à l'entrepreneur et la combinaison de ses connaissances, de ses ressources financières et de ses relations personnelles, familiales et professionnelles. L'individu valorise ce potentiel pour accroître ses revenus, trouver un emploi, créer une entreprise, etc. Mais, ce potentiel de ressources est aussi le produit d'un ensemble de facteurs environnementaux : situation économique (croissance forte ou stagnation), de l'emploi et du chômage, politiques publiques, structure de l'offre et du système financier, des conditions dans lesquelles l'individu a été socialisé (origine familiale, études, expérience professionnelle et extra-professionnelle, etc.).

### **3\_ L'entreprenariat en Algérie**

L'Algérie est le plus grand pays du Maghreb avec une population de près de 37.9 millions d'habitants en 2013, un taux d'activité de 43.2% et un taux de chômage de 9,08%<sup>24</sup>. Le tissu économique algérien est fragmenté et essentiellement constitué de petites entreprises.

Dans les années 1990, l'Algérie a connu un bouleversement économique, en passant d'une économie socialiste à une phase de transition vers l'économie de marché. Le gouvernement algérien a engagé un certain nombre de réformes économiques s'éloignant du modèle socialiste qui a prévalu jusque-là, et qui s'est caractérisé par « un mécanisme de gestion et de coordination de type planifié, et la propriété publique sur l'outil de production et de distribution »<sup>25</sup>. Ainsi qu'un monopole exercé par les entreprises publiques dans le secteur de

---

<sup>22</sup> \_ Schumpeter J.M, «Théorie de l'évolution économique », P87, (d'après la 2<sup>e</sup> édition, 1926) de J.-J. Anstett, Introduction de F. Perroux, Dalloz, Paris, 1935.

<sup>23</sup> \_ Casson M, « L'entrepreneur », P113, *Economica*, 1991, édition originale en anglais 1981-1991.

<sup>24</sup> \_ L'office Nationale des statistiques, 2013.

<sup>25</sup> \_ Boukhari, M. Rôle de l'Etat vis-à-vis des TPE/PME dans un pays nouvellement adhérent à l'économie de marché : cas de l'Algérie, « La vulnérabilité des TPE et des PME dans un environnement mondialisé », P 2, 11<sup>ème</sup> Journée scientifiques de réseau Entreprenariat, 27, 28et 29 mai 2009, INRPME, Trois-Rivières, Canada.



l'industrie. Par ailleurs, l'économie algérienne a la particularité d'être une économie rentière qui dépend à plus de 90% des ressources d'hydrocarbures. En 2007, l'Algérie a réalisé des recettes en devises excédant les 60 milliards de dollars et des réserves en devises dépassant les 100 milliards de dollars, qui lui ont permis d'assainir sa dette externe. Cela ne suffit toutefois pas à améliorer la croissance économique du pays, ce qui a induit un changement important dans l'économie algérienne.<sup>26</sup>

### *3.1 \_ L'évolution des PME/PMI en Algérie*

Les PME/PMI algériennes sont passées par trois périodes dans leurs évolutions depuis l'indépendance (1962).<sup>27</sup>

#### La période 1962-1982<sup>28</sup>

Après l'indépendance les entreprises ont été confiées à des comités de gestion après le départ de leurs propriétaires étrangers, et furent intégrées dans des sociétés nationales à partir de 1967. Cette période a été caractérisée par l'adoption d'une économie planifiée et d'une industrie basée sur la fabrication des biens d'équipements et des produits intermédiaires. En 1963 l'état a promulgué le premier code d'investissement, ce code n'a pas abouti aux résultats attendus pour développer le secteur des PME/PMI. Suite à cet échec, un autre code des investissements a été promulgué en date du 15/09/1966, ce dernier a essayé de donner un rôle plus important au secteur privé dans le développement économique algérien, le temps où le secteur public a une place prédominante sur les secteurs de l'économie. Ce code a permis d'offrir des agréments pour tout investisseur et entrepreneur privé à travers la Commission Nationale des Investissements (CNI). Cependant la PME/PMI a lancé à partir du premier plan quadriennal (1970-1973) qui avait prévu un programme pour le développement des industries locales, poursuivis d'un deuxième plan quadriennal (1974-1978).

Durant toute cette période, le développement de la PME/PMI a été initié exclusivement par le secteur public dont les objectifs constituent à assurer un équilibre régional. On marquant qu'un total de 594 PME/PMI a été réalisé

<sup>26</sup> \_ Benredjem, R. L'intention entrepreneuriale : l'influence des facteurs liés à l'individu et au milieu, P 10, cahier de recherche du CERAG : 2009-21 E4halshs-00528755, version 1-22 Oct 2010 (centre d'études et de recherche appliquée à la Gestion CNRS UMR 5820).

<sup>27</sup> \_ Samia Gharbi. « Les PME/PMI en Algérie : état des lieux ». P 5, Documents de travail. N°238, Mars 2011.

<sup>28</sup> \_ Samia Gharbi. Op.cit. P 5-P 6.

## Chapitre I : Présentation du projet

durant cette période. En 1981 la CNI a été dissoute parce qu'elle n'a ajouté que complexité et lourdeur administrative et bureaucratique. A cette époque, la PME/PMI a été considérée comme complémentaire au secteur public.

### La période 1982-1988 <sup>29</sup>

Plusieurs réformes ont été réalisées pendant cette période, toujours au sein de l'économie administrée. Cette seconde période a donné naissance aux deux plans quinquennaux en faveur du secteur privé (1980-1984 et 1985-1989), un ensemble de mesures est dicté par ces deux plans tels que :

- Le droit de transfert nécessaire pour l'acquisition des équipements et dans certains cas des matières premières.
- L'accès aux autorisations globales d'importations (AGI)
- Un système d'importations sans paiement. Ces mesures d'aide ont aboutis à la réalisation de plus de 775 projets de PME/PMI,

### à partir de 1988 <sup>30</sup>

L'assouplissement de la législation a été graduellement entamé à partir de 1988 par la loi 88-25 du 19/07/1988 qui a libéré le plafond de l'investissement privé. De ce fait le nombre des PME/PMI privées est passé à 19 843 entreprises. À partir de 1990, l'investissement étranger a été autorisé par la loi 90-10 du 14/04/1990, puis avec le décret n° 91-37 du 19/02/1991 portant la libération du commerce extérieur, le nombre d'entreprises privées a atteint 22 382 entreprises en 1992. Une année après; plusieurs institutions de soutien et d'accompagnement des PME/PMI ont été créés, de ce fait le nombre des PME/PMI a atteint 188 564 en décembre 2002 qui emploient 731 082.

En 1988 l'économie algérienne est passée vers une économie de marché. Ce changement a permis d'établir des relations avec des institutions internationales telles que le Fonds Monétaire International (FMI) et la Banque Mondiale pour atténuer la crise de ses dettes et pour pouvoir appliquer un régime de politiques monétaires, financières et commerciales. Ce régime a dicté la privatisation de nombreuses entreprises publiques. Une procédure qui a contribué au lancement et au développement des PME/PMI. L'état a publié un nouveau code de la promotion de l'investissement promulgué le 05/10/1993. Ce code a eu pour but :

---

<sup>29</sup> \_ Samia Gharbi. Op.cit, P 6.

<sup>30</sup> \_ Samia Gharbi. Op.cit, P 6-P 7.



## Chapitre I : Présentation du projet

- la promotion de l'investissement,
  - l'égalité entre les promoteurs nationaux privés et étrangers,
- et la réduction des délais d'études des dossiers.

Les résultats satisfaisants ont poussé l'Etat a promulgué en 2001 l'ordonnance relative au développement de l'investissement (Ordonnance N° 01/03 du 20/08/2001) et la loi d'orientation sur la promotion de la PME/PMI (Loi N° 01/18 du 12/12/2001). Cette procédure a fixé des mesures de facilitations administratives dans la phase de création de l'entreprise, ainsi que la création d'un Fonds de Garantie des prêts accordés par les banques en faveur des PME/PMI, la création du CNI, et la suppression de la distinction entre investissements publics et investissements privés.

A partir de 2000, le poids des PME/PMI a nettement augmenté ; il a plus que doublé. Les statistiques disponibles indiquent que plus de la moitié des PME/PMI ont été créés entre 2001 et 2007, suite à la loi d'orientation sur les PME de 2001, soit 212 120 entreprises. A la fin de 2010 le nombre des PME/PMI privées a enregistré le nombre de 398 788 entreprises, alors qu'au début de 2003 elles étaient à 207 949 entreprises. Dans le même temps le nombre des PME/PMI publiques a diminué aux 228, en 7 années. Par contre le total des artisans durant les sept années, a connu une augmentation nette et est passé de 79 850 entreprises artisanales en 2003 à 162 085 entreprises à la fin de 2009.<sup>31</sup>

En matière de densité, le secteur enregistre un taux de dix PME/PMI pour mille habitants (10/1000), un taux qui reste faible par rapport aux normes internationales où le taux le plus faible est de l'ordre de quarante-cinq PME/PMI pour mille habitants (45/1000). Dans le tableau suivant, des statistiques plus détaillées sont mentionnées sur l'évolution du secteur PME/PMI.<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup> \_ Ministère de la Petite et Moyenne Entreprise, et de l'Artisanat, bulletin d'information, statistiques n° 15, 1<sup>er</sup> semestre 2009.

<sup>32</sup> \_ Samia Gharbi, op.cit, P 7.



## *Chapitre I : Présentation du projet*

Tableau 1 : Evolution des PME/PMI en Algérie durant 2003-2010

<i>année</i> <i>secteur</i>	<i>2003</i>	<i>2004</i>	<i>2005</i>	<i>2006</i>	<i>2007</i>	<i>2008</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>
<i>Privées</i>	207949	225449	245842	269806	293946	392013	408155	606737
<i>Publiques</i>	788	778	874	739	666	626	598	560
<i>Artisans</i>	79850	86732	96072	106222	116347	126887	162085	---
<b><i>Total</i></b>	<b>288587</b>	<b>312959</b>	<b>342788</b>	<b>376767</b>	<b>410959</b>	<b>519526</b>	<b>570838</b>	<b>607297</b>

Source : direction des systèmes d'information et des statistiques, ministère de l'industrie, de la PME et de la promotion de l'investissement

### *3.2\_ La conscience stratégique des entrepreneurs algériens au sein d'une économie administrée 1962-1990*

Durant les années de l'économie administrée, l'entrepreneur (patron des entreprises employant de moins de cinquante salariés) a pu suivre sous une structure de marché monopole dominé par les grandes entreprises d'Etat. En somme, l'entrepreneur a au sein d'un environnement non concurrentiel, possédé une conscience stratégique. Certains travaux, portant sur la vision stratégique, ont mis l'accent sur l'utilité de la conscience stratégique des propriétaires-dirigeants des PME en dépit de l'absence parfois manifeste d'un plan stratégique écrit<sup>33</sup>. Dans ce même ordre d'idées, quelques auteurs ont même suggéré que dans le contexte de PME, on s'attache d'avantage au processus mental de la prise de décision de l'entrepreneur plutôt qu'aux procédures de planification stratégique<sup>34</sup>. C'est d'ailleurs ce qui nous mène à traiter les actions stratégiques des PME au sein de cette période.

<sup>33</sup> \_ Nkongolo, B.J.M. : d'Amboise, G. et Garnier, B. : « L'association entre manifestation et de la vision stratégique des propriétaires dirigeants de PME et la performance de leur entreprises », P 35-61 Revue international PME, 1994.

<sup>34</sup> \_ Julien, P.A. et Marchesnay, M. : « Des procédures aux processus stratégiques dans les PME », P 77, in A. Noel (Ed) perspective en management stratégique, Paris Economica, 1992.

## *Chapitre I : Présentation du projet*

La stratégie, utilisée par les entrepreneurs algériens dans cette phase, était axée sur l'accumulation du capital social; ce dernier qu'il se décompose en un capital- financiers, un capital-connaissances et un capital- relations :<sup>35</sup>

- Le capital-financiers est l'ensemble des ressources financières de l'entrepreneur existences et potentielles (accès au crédit).
- Le capital-connaissances comprend l'ensemble des connaissances et savoir-faire techniques de l'entrepreneur, qu'il les ait acquis sur le tas ou en suivant une formation scolaire ou universitaire.
- Le capital- relations comprend l'ensemble des relations plus ou moins institutionnalisées d'interconnaissances et il peut aussi s'agir des relations institutionnelles entretenues avec des institutions publiques ou privée de toutes natures.

Le capital social des entrepreneurs algériens est constitué de ces trois types. Ils les hiérarchisent selon leur importance dans leur activité en effet, l'entrepreneur axe sa stratégie d'abord sur l'accumulation du capital-relations, ensuite sur le capital-connaissances et enfin sur le capital-financiers.<sup>36</sup>

Pour expliquer cette hiérarchisation, rappelons que l'entrepreneur dans l'économie planifiée était mal vu et accusé, même, d'une appartenance à une classe de bourgeoisie exploiteuse par la charte nationale de 1976.<sup>37</sup>

### *3.3\_ L'esprit entrepreneurial en Algérie depuis 1990*

Depuis 1990, la création des PME a connu un mouvement ascendant. En effet, 60% des PME existantes en 2000 ont été créées après 1994, soit après l'adoption d'un nouveau code des investissements (octobre 1993) et après l'entrée en vigueur du programme d'ajustement structurel (mai 1994).<sup>38</sup>

<sup>35</sup> \_ Boutillier, S., Uzunidis, D. : «La légende de l'entrepreneur : le capital social ou comment vient l'esprit d'entreprise ». P79, Ed. Syros, 1999.

<sup>36</sup> \_ Melbouci Leila, « l'entrepreneuriat en Algérie et internationalisation : une approche par le capital social », P4, Université Mouloud Memmeri de Tizi ouzou : Faculté des Sciences Economiques et des Sciences de Gestion. 2008, Algérie.

<sup>37</sup> \_ Melbouci Laila, « l'entrepreneuriat en Algérie et internationalisation ; une approche par la capital social », op.cit, P4.

<sup>38</sup> \_ Bouyacoub, A. : " Clanisme économique et territorial " : « Les entrepreneurs algériens entre enjeux locaux et internationaux », P 8, Cread, 2004.



## Chapitre I : Présentation du projet

La promulgation du code des investissements et la création de l'APSI (agence pour la promotion et le soutien à l'investissement) remplacée par l'ANDI en 2001 (agence nationale pour le développement de l'investissement) sont la cause de la création des milliers de petites entreprises. Cette agence et d'autre accordent des avantages fiscaux douaniers et financiers aux projets répondant à certains critères. Ces mesures pionnières ont aiguisé l'esprit de l'entrepreneuriat. Le nombre d'entrepreneurs proposant des nouveaux projets ne cesse d'accroître. Les intentions d'investir sont passées de 700 en 1994 à 12300 en 1999 et plus 30108 en 2000.<sup>39</sup>

Les années 1990 et 2000 ont connu une mise en place progressive d'un environnement des affaires grâce à la libéralisation du commerce extérieure et abolition des monopoles.<sup>40</sup>

### Stratégie de l'entrepreneur informel <sup>41</sup>

Une bonne partie des entrepreneurs utilisent le recours aux mécanismes traditionnels de financement familial. Le recours à l'emprunt bancaire, assujéti à de nombreuses conditions, n'est pas encore tout à fait à la portée des entrepreneurs. Les institutions sont jeunes et donc inexpérimentées pour une lourde tâche. Les entrepreneurs algériens conscients de cette situation optent obligatoirement, pour l'informel pour certaines de leurs activités.

Le poids de l'informel dans le fonctionnement de l'économie est important dans toutes les branches d'activités, le passage de l'économie administrée à l'économie de marché a favorisé l'émergence d'un grand nombre d'activité économique relevant de l'informel.

L'entrepreneur algérien pratique la stratégie de l'informel ; cette stratégie est mise en œuvre par les actions suivantes :

---

<sup>39</sup> \_ Rapport sur l'état des lieux du secteur de la PME/PMI juillet 2000, ministère de la PME, P 8, Alger, Algérie.

<sup>40</sup> \_ Melbouci, Laila, « les enjeux de la PME algérienne dans l'ouverture économique : une approche par les ressources », P 6, colloque national du centre Universitaire de Saida 14 et 15 décembre, 2004 a.

<sup>41</sup> \_ Mebouci, Laila, « l'entrepreneuriat en Algérie et internationalisation ; une approche par la capital social », op.cit, P6.

## *Chapitre I : Présentation du projet*

- Sous déclaration qui concerne les ressources utilisées comme la main d'œuvre, les équipements, les fonds propres, les dettes mais également de la production vendue.
- La pratique des ventes et des achats sans facture de produits, services et capitaux.
- La fraude fiscale qui découle de la sous-évaluation de l'activité et de la non déclaration de certains éléments d'actifs et d'exploitation.

Les entrepreneurs interrogés reconnaissent tous la nécessité du recours aux pratiques informelles pour assurer le fonctionnement de leur entreprise, pour certains, et la réalisation des projets d'extension pour d'autres. L'informel est considéré comme une modalité d'adaptation à la dynamique de l'environnement et permet d'atteindre l'objectif de la croissance et le développement des PME en dehors du marché domestique.

### *3.4\_ L'enseignement et l'entrepreneuriat*

Création d'entreprise, étude de marché, business plan. Des termes totalement inconnus des jeunes algériens qui pourtant, souffrent du chômage.

La combinaison entre la formation et l'entrepreneuriat est récente. L'entrepreneurship est né dans les universités américaines dans les années soixante, considéré comme un nouveau concept pédagogique et qui consiste à promouvoir sous différentes formes, en particulier dans l'enseignement, la démarche à créer sa propre entreprise et surtout créer son propre emploi. Le système d'enseignement supérieur en Algérie est un système public. L'éducation est accessible à tous. La présence d'un grand nombre de diplômés universitaires chaque année environ 700.000 sur le marché de l'emploi se heurte aux nombreuses difficultés rencontrés par les pouvoirs publics d'absorber cette masse importante de diplômés pour juguler la problématique de l'emploi dans notre pays.<sup>42</sup>

Face à ces défis, l'un des objectifs majeurs réside dans la préparation des ressources humaines qualifiées et performantes de demain. Elle consiste également à trouver une meilleure solution pour mieux orienter et surtout adapter l'offre aux besoins du marché.

---

<sup>42</sup> \_ Mourad BERGUEUL, « Peut-on enseigner l'Entrepreneuriat dans nos Universités ? », Liberté (QUOTIDIEN NATIONAL D'INFORMATION), P 15, Samedi, 07/12/ 2013, 09:50, Algérie.



## Chapitre I : Présentation du projet

Pour rappel, l'Algérie compte des universités, écoles, instituts mais l'éducation entrepreneuriale est presque inexistante. Le problème d'infrastructures ne se pose pas en Algérie. Les pouvoirs publics doivent d'ores et déjà réfléchir sur l'encadrement de ce nouveau métier (entreprendre) promis à un bel avenir dans notre pays.<sup>43</sup>

Pour concrétiser cette action (entrepreneuriat), il y a lieu d'associer toutes les parties prenantes en l'occurrence les Ministères de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique, la formation professionnelle, du développement industriel et de la promotion de l'investissement, et du Travail, de l'emploi et de la sécurité sociale par le biais de ces nombreux dispositifs en faveur des jeunes.

Dans cette optique, il y a lieu de préconiser l'installation urgente d'une commission interministérielle ou à défaut, d'un Observatoire National chargé du dispositif de soutien à l'entrepreneuriat au profit de nos étudiants et piloté par l'état qui accorde un intérêt particulier à la jeunesse algérienne.<sup>44</sup>

Les entrepreneurs algériens proviennent essentiellement du secteur privé. Le tableau '1' souligne qu'une majorité d'entrepreneurs naissants travaillent dans des PME moyennes (45%). Environ 20% travaillent dans des petites ou des grandes entreprises privées et 30% environ dans des TPE tout en cherchant activement à créer une entreprise.<sup>45</sup>

Tableau 2: Provenance des entrepreneurs en Algérie

<i><b>Pays</b></i>	<i><b>Secteur public</b></i>	<i><b>Micro-entreprise privée (&lt;10 salariés)</b></i>	<i><b>Petite entreprise privée (10-49 salariés)</b></i>	<i><b>Moyenne entreprise privée (50-249 salariés)</b></i>	<i><b>Grande entreprise privée (&gt;250 salariés)</b></i>
<i><b>Algérie</b></i>	11,2%	27,9%	22,4%	45,1%	19,5%

Source : Extrait du Rapport GEM 2009, P22.

Le tableau ci-dessus révèle que les employés du secteur privé en Algérie sont plus susceptibles d'être impliqués dans des activités entrepreneuriales

<sup>43</sup> \_ Mourad BERGUEUL, op.cit, P 15.

<sup>44</sup> \_ Mourad BERGUEUL, op.cit, P15.

<sup>45</sup> \_ Rapport GEM 2009, Global Entrepreneurship Monitor : Rapport régional GEM-MOAN 2009 (Moyen Orient et Afrique du Nord).

naissantes que les employés du secteur public. Ce constat est directement lié à la motivation première des entrepreneurs dans la mesure où une majorité d'entre eux est motivée par l'opportunité plutôt que par la nécessité.<sup>46</sup>

En effet, la majorité des entrepreneurs en phase de démarrage d'une activité entrepreneuriale appartiennent au groupe de revenu du tiers supérieur en Algérie.<sup>47</sup>

### *3.5\_ La place des femmes entrepreneurs*

La femme ne cesse de s'imposer dans la société, ce qui affirme que les circonstances critiques ne l'ont jamais empêchée à se mesurer aux hommes dans les domaines qui leurs étaient prétendument réservés, encore moins dans la création et la gestion des entreprises.<sup>48</sup>

La création des entreprises par les femmes demeure aujourd'hui et plus qu'avant un sujet très préoccupant pour toute la société qu'il s'agisse de création nouvelle, reprise, développement... etc.<sup>49</sup>

En Algérie, jusqu'à les années 80, l'entrepreneuriat était réservé généralement aux hommes. Des contraintes culturelles, sociales, juridiques, politiques et économiques empêchent les femmes d'investir des activités entrepreneuriales. En Algérie, le pourcentage d'entrepreneuriat féminin reste faible ; Elle ne présente que 3,2% selon les statistiques du Centre national du registre du commerce. De son côté l'Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ), soutient annuellement la création d'environ 8500 micro entreprises à travers le pays et auprès de 36 entreprises créées et gérées par des femmes algériennes (dont près de 14%).<sup>50</sup>

Si ces chiffres semblent bien indiquer plus au moins l'existence d'un potentiel de développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, cela ne doit pas faire illusion. En effet, comparé à ceux d'autres pays, l'entrepreneuriat en

<sup>46</sup> \_ Rapport GEM 2009, op.cit.

<sup>47</sup> \_ Rapport GEM 2009, Ibid.

<sup>48</sup> \_ Les 5<sup>èmes</sup> Journées Scientifiques Internationales sur L'entrepreneuriat, « L'entrepreneuriat des femmes : L'importance, les opportunités et les obstacles », 28/29 et 30 avril 2014, université Mohamed Khider, Biskra, Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion, Algérie.

<sup>49</sup> \_ Les Journées Scientifiques internationales sur L'entrepreneuriat, « L'entrepreneuriat des femmes : L'importance, les opportunités et les obstacles », op.cit.

<sup>50</sup> \_ Tahir Metaiche Fatima (maitre assistant universitaire Ain Témouchent ), « Le profil de l'entrepreneuriat féminin en Algérie : une étude exploratoire », P5, (Doctorante, membre au Laboratoire MECAS (Faculté des sciences économiques, commerciales et de gestion, Tlemcen), Algérie.



## *Chapitre I : Présentation du projet*

---

Algérie est en fait un épiphénomène par sa marginalité. Au Maroc, en Tunisie et bien d'autres pays de la région MENA (*Middle East and North Africa*)<sup>51</sup>.

Entre 40 et 50 ans, c'était la fourchette d'âge des femmes entrepreneurs. Celles de plus de 40 ans sont nombreuses 83% dont 6% plus de 50 ans parce qu'elles sont généralement libérées des responsabilités matrimoniales et d'éducation de leurs enfants qui sont généralement grands, leur permettant ainsi à se concentrer sur la vie professionnelle.<sup>52</sup>

Les femmes entrepreneurs ne présentent que 17% à l'âge entre 27 et 39 ans, correspondant probablement au « période des maternités et d'éducation des enfants ».<sup>53</sup>

---

<sup>51</sup> \_ Tahir Metaïche Fatima, op.cit., P6.

<sup>52</sup> \_ Tahir Metaïche Fatima, Ibid. P11.

<sup>53</sup> \_ Tahir Metaïche Fatima, op.cit, P11

## ◆ Section II : Présentation de l'idée

### 1\_ La naissance de l'idée et la présentation du choix du projet

#### *1.1\_ tout projet de création d'entreprise commence par une idée*

Tout projet de création d'entreprise commence par une idée. Les sources d'inspiration sont nombreuses ; la vie quotidienne, le milieu professionnel, les discussions entre amis, etc. la créativité est une aide à ne pas négliger.<sup>54</sup>

Personne ne devient entrepreneur sur un coup de tête et sans avoir une opportunité à saisir. L'entrepreneur est typiquement une personne capable d'identifier une opportunité, d'évaluer sa faisabilité, de trouver les ressources nécessaires et de mettre en œuvre un plan d'action lui permettant de la saisir.<sup>55</sup>

L'identification des opportunités est généralement la partie la plus aisée. En effet, nombreux sont ceux qui ont des idées. La vraie difficulté consiste à transformer chaque idée en un plan d'action réaliste, qui puisse être mis en œuvre avec succès.<sup>56</sup>

#### a\_ L'identification des besoins

Nous entendons par besoin n'importe quel besoin non encore satisfait ou qui pourrait l'être mieux (ou encore à meilleur compte). Il s'agit donc, dans ce contexte, d'un concept très large.<sup>57</sup>

Le modèle de Kano pour la satisfaction des clients définit trois niveaux :

- Les besoins de base, qui sont souvent considérés comme acquis, ne pas les satisfaire aboutit à un mécontentement.
- Les besoins de performance, que le client est satisfait.
- Les besoins excitants, dont les clients ne sont pas conscients, souvent parce qu'ils vont au-delà des besoins de performance. Leur identification conduit généralement à la création de produits qui changent les règles du jeu.

<sup>54</sup> \_ Catherine Leger-Jarninou, Georges Kalousis. « La boîte à outils de la création d'entreprise », 2<sup>ème</sup> édition, préfacé de Frédérique Clavel, P24, 2013, DUNOD, Paris, France.

<sup>55</sup> \_ Raphael Cohen, « Concevoir et lancer un projet : de l'idée au succès », P9, édition d'organisation, EYROLLES, Saint-Germain, Paris, France, 2006.

<sup>56</sup> \_ Raphael Cohen, op.cit. P9.

<sup>57</sup> \_ Raphael Cohen, Ibid. P9- P10.



## Chapitre I : Présentation du projet

Les besoins non exprimés créent souvent les plus grandes opportunités. L'identification des besoins requiert un très bon sens de l'observation. Il ne suffit pas de demander aux gens quels sont leurs besoins, il faut observer la manière dont ils se comportent.<sup>58</sup>

### la solution innovante

« L'innovation consiste à créer et introduire de manière gratifiante de nouvelles technologies, de nouveaux produits, de nouveaux services, de nouveaux modes de commercialisations, de nouveaux systèmes et de nouveaux processus ou manière d'interagir »<sup>59</sup>. La gratification évoquée peut être le profit, la satisfaction personnelle ou n'importe quel autre résultat bénéfique pour l'organisation ou l'individu (la « valeur ajoutée » d'une innovation n'est pas forcément monétaire). Il n'est pas nécessaire que le concept soit nouveau, il doit simplement l'être pour le marché concerné. Notre définition de l'innovation inclut donc les solutions introduites sur un marché où elles n'y étaient pas. Elle a l'avantage d'être pragmatique et créatrice de valeur.<sup>60</sup> Et d'après Raphael. C. l'innovation est une solution pour satisfaire les besoins, et la combinaison entre le besoin et la solution donne la naissance d'une opportunité.

Figure1 : l'opportunité naît dès qu'une nouvelle solution existe pour satisfaire un besoin son suffisamment



Source : Raphael Cohen, op.cit. P16.

### 1.2\_ La présentation du choix du projet

On prend conscience de l'importance du monde végétal qui nous entoure et celle de le préserver. Nous sommes dans le monde vivant, dans la biodiversité, et non pas à côté ! Il suffit d'ouvrir les yeux, la biodiversité est là : dans notre environnement. Sans la nature, sans les plantes, il n'y a tout simplement plus de vie sur Terre. Les fleurs sont présentes en permanence dans notre vie. Les messages qu'elles transmettent sont toujours appréciés et les fleurs font partie de

<sup>58</sup> \_ Raphael Cohen, op.cit. P10.

<sup>59</sup> \_ Raphael Cohen, Ibid. P13.

<sup>60</sup> \_ Raphael Cohen, Ibid. P13 et P14.

## Chapitre I : Présentation du projet

la célébration pour n'importe quelle occasion. Même sans une occasion particulière, il est habituel d'offrir des fleurs.

Le fleuriste n'est pas seulement un commerçant qui vend des fleurs, c'est aussi à sa manière un artiste. Son savoir-faire s'exerce en toute saison et pour toutes les circonstances de la vie : mariages, anniversaires, remerciement, etc. Le ou la fleuriste met ses compétences techniques et son sens artistique au service de ses clients pour les accompagner dans les petits et les grands moments de leur vie.

Des dizaines de roses ont été cueillies à Dounan, dans la province du Yunnan en Chine, des centaines mises en bottes près du lac Naivasha dans la Rift Valley au Kenya, et des millions transportées par avion ou camion frigorifique depuis l'Europe, le Proche-Orient, l'Afrique ou l'Amérique du Sud. Comme toute production agricole, la floriculture est passée au stade industriel.<sup>61</sup>

La floriculture est aujourd'hui un secteur international dynamique, qui affiche des taux de croissance impressionnants depuis quelques décennies. Elle est estimée à 30 milliards € par an, l'Europe et l'Amérique du Nord étant les principaux marchés. Les nouveaux centres de production se retrouvent par conséquent généralement dans les pays en développement, comme la Colombie, le Kenya, l'Équateur (L'Équateur est le troisième pays exportateur mondial de roses avec 7,09 % de participation sur les exportations totales<sup>62</sup>), et l'Éthiopie.<sup>63</sup>

Les pays caractérisés par des marchés intérieurs importants, comme le Japon, les États-Unis et l'Allemagne, sont aussi d'importants producteurs de fleurs. Les Pays-Bas sont de loin le premier producteur dans l'UE, avec 40% de la valeur de production totale. Les autres producteurs importants sont l'Italie, l'Allemagne et la France.<sup>64</sup>

Depuis les années 1980, la production de fleurs apparaît de plus en plus dans d'autres pays. La Colombie (un principal pays exportateur avec **15,71%** des exportations totales<sup>65</sup>) est le premier pays exportateur en Amérique du Sud et le deuxième dans le monde, derrière les Pays-Bas. En Afrique, le Kenya est le plus

<sup>61</sup> \_ Alice Brouard, « L'éclatant business des fleurs », le Figaro, mise à jour le 12/08/2011 à 11 :56, France.

<sup>62</sup> \_ La Chambre de Commerce Française en Equateur : [http://www.beaujolais-cci.com/user-data/publish/files/ACCOMPAGNER%20VOS%20PROJETS/international/Fiche\\_pays\\_Equateur\\_2.pdf](http://www.beaujolais-cci.com/user-data/publish/files/ACCOMPAGNER%20VOS%20PROJETS/international/Fiche_pays_Equateur_2.pdf) (visiter le 10/03/2014)

<sup>63</sup> \_ « Le marché européen des fleurs et plantes équitables et durables », Milco Rikken, ProVerde Décembre 2010 : [http://www.befair.be/sites/default/files/all-files/brochure/Le%20march%C3%A9%20europ%C3%A9en%20des%20fleurs%20et%20plantes%20%C3%A9quitables%20et%20dur%20%E2%80%A6\\_0.pdf](http://www.befair.be/sites/default/files/all-files/brochure/Le%20march%C3%A9%20europ%C3%A9en%20des%20fleurs%20et%20plantes%20%C3%A9quitables%20et%20dur%20%E2%80%A6_0.pdf) (visiter le 10/03/2014)

<sup>64</sup> \_ « Le marché européen des fleurs et plantes équitables et durables », Milco Rikken, ProVerde. Op.cit.

<sup>65</sup> \_ La Chambre de Commerce Française en Equateur, op.cit.



## Chapitre I : Présentation du projet

gros producteur, suivi de l'Éthiopie, et ces pays sont à l'origine d'une part importante des importations de l'Europe, en particulier pour les roses et les fleurs d'été. Les autres pays d'Afrique où ce secteur est développé sont le Zimbabwe, l'Ouganda, l'Afrique du Sud et la Tanzanie.<sup>66</sup>

En Algérie, Les Algérois aiment les fleurs, les nombreux fleuristes installés dans la capitale le savent et font tout pour agrémenter la présentation de leurs étals par de compositions artistiques rivalisant d'originalité.<sup>67</sup> En effet, beaucoup de gens à Alger centre ; affirment qu'ils s'intéressent aux fleurs et que la demande en fleurs augmente surtout au moment des fêtes. Les algérois achètent aussi des fleurs pour aller les planter sur les tombes ou bien les offrir à un malade. Les marchands ambulants de fleurs envahissent les routes. Certains petits vendeurs ambulants de fleurs jalonnent parfaitement les trottoirs et les principales routes et autoroutes menant à la capitale pour écouler leurs marchandises et ce, dans le but de subvenir aux besoins de leurs familles ; un de ces marchands, chaque matin, il fait la cueillette des narcisses dans les différentes plaines reliant Ouled Fayet à celles de Dely Ibrahim, et ensuite, il les coupe et les mets dans des bouquets pour les vendre en plein soleil.<sup>68</sup>

Revenant à Tlemcen ; la chose qu'on a remarquée (et avec le témoignage de certains habitants de la ville), on ne voit jamais de vendeur de fleur à Tlemcen...pourtant la ville, ne manque pas de beauté et de verdure et ses habitants ne manquent pas de culture et de savoir vivre.<sup>69</sup>

Dans cette ville, les amateurs de fleurs ne se comptent pas forcément sur les doigts d'une seule main et les occasions de les offrir ne s'y présentent pas moins souvent qu'ailleurs. N'empêche qu'aujourd'hui, la seule manière d'y trouver des fleurs (vivantes et pas en plastique) est de les cultiver soi-même ou de les « piquer », à l'intérieur d'un jardin public.<sup>70</sup>

Chaque jour de beau temps et particulièrement durant la saison du printemps, à Tlemcen des marchands amoureux de la nature, proposent des plantes d'ornement dans des bidons d'emballage d'huile (vides) à des prix fluctuant selon la tête du client. De temps à autre, sur des placettes, des jeunes venus

<sup>66</sup> \_ « Le marché européen des fleurs et plantes équitables et durables », Milco Rikken, ProVerde. Ibid.

<sup>67</sup> \_ Salim Nasri, « Fleuriste d'Alger : Une véritable passion », Edition du 01/04/2014, MIDI : Quotidien National d'Information.

<sup>68</sup> \_ « Les Algériens affluent en masse vers les fleuristes et vendeurs de fleurs », le 19\_05\_2010 : <http://www.djazairress.com/fr/lnr/89811> (visiter le 14/03/2014)

<sup>69</sup> \_ Boukli-Hacène, « Pas de marchand de fleurs!!! », Le Quotidien d'Oran, 12/04/2006, Algérie.

<sup>70</sup> \_ Boukli-Hacène, Op.cit.

## Chapitre I : Présentation du projet

d'Alger ou de Blida installent leurs camions, le temps d'écouler leur «cargaison» de basilic en mottes ou de rosiers bourgeonnants plantés dans des pots métalliques qu'ils vendent à 350 dinars l'unité. Par contre, il n'existe pas de lieu de vente de bouquets de fleurs. Ou alors, il faut se rendre à Oran pour s'en procurer comme le font certains tlemceniens pour leur cérémonie de mariage ou de fiançailles... etc.<sup>71</sup>

Après une enquête faite dans la ville de Tlemcen, une seule boutique de fleuriste dont l'enseigne porte «cœur de coquelicot» située aux environs de l'hôpital, le propriétaire une jeune femme présente des bidons et des vases de différentes dimensions contenant des roses (rouge, rose, blanc) et des œillets. La commande se fait sur place, mais la récupération ne peut s'effectuer que quelques jours plus tard. Chose qui est remarquable qu'à l'intérieur il y a des décorations façonnées à la main pour la vente qu'ils n'ont rien avoir de relation avec l'activité de fleuriste.

En outre, à la ville de Maghnia, les habitants sont des amateurs de la nature et leur demande sur les fleurs est toujours présente, mais on trouvera jamais un marchand de fleurs. Certains gents récupèrent leur besoin avec la plantation des fleurs dans leurs propres jardins.

D'après ces témoignages et pour répondre au besoin des habitants de la ville de Maghnia; nous avons choisi d'entreprendre l'ouverture d'une boutique de fleurs "JASMIN", que nous développerons les caractéristiques dans le 3<sup>ème</sup> chapitre.

## **2\_ L'historique du fleuriste (les origines et l'évolution)**

L'être humain a toujours entretenu une relation importante avec les fleurs. Dans toutes les sociétés et à chaque période de l'histoire, l'existence de la présence des fleurs et des plantes est soulignée.

En chine, seul les nobles avaient l'autorisation de planter des plantes fleuries dans leurs jardins. Elles étaient si appréciées qu'elles ornaient les porcelaines et autres décorations raffinées. Leur symbolique en ont fait l'une des quatre représentations des orchidées, le bambou et le prunier.<sup>72</sup>

---

<sup>71</sup> \_ Boukli-Hacène, Ibid.

<sup>72</sup> \_ Fleurs D'Elysée, Fleuriste à Rawdon : <http://fleursdelysee.wordpress.com/2011/09/20/histoire-de-la-fleuristerie/> (visiter le 16/03/2014)



## Chapitre I : Présentation du projet

Le métier de fleuriste fut longtemps un « petit métier » exercé aux coins des rues, sur une charrette telle qu'utilisaient les commerçants des quatre saisons. Ce n'est qu'à partir de la seconde moitié du XX<sup>e</sup> siècle que l'on découvrit des fleuristes établis de façon permanente. D'abord installés dans des échoppes, ils ne tardent pas à s'implanter dans des pas de portes.<sup>73</sup>

« Le mot fleuriste est apparu au XVII<sup>e</sup> siècle, et désignait un spécialiste qui s'occupait de cultiver et de perfectionner de nouvelles variétés de fleurs. Ce n'est qu'à la fin du XIX<sup>e</sup>, qu'il désigne un marchand de fleurs coupées. Les fleuristes établissaient des normes afin d'optimiser le niveau de raffinement des fleurs, qui donnaient de plus en plus, lieu à des concours lors d'expositions florales. Ainsi, la compétition se développait entre eux, et a été un facteur dynamique dans l'amélioration des critères de production et de sélection des fleurs. Se mettent alors en place des sociétés de fleuristes organisant ces expositions, et obligeant au respect des normes fixées. La première boutique de fleuriste aurait été celle de Madame Prévost, ouverte au Palais-Royal à Paris en 1830. Dix ans plus tard une boutique de Lachaume ouvrira dans la rue de la Chaussée-d'Antin, puis en 1870 cette boutique déménagera au 10, rue Royale, où elle est encore ». <sup>74</sup>

D'autres disent que les débuts de l'industrie horticole et florale remontent au XV<sup>e</sup> siècle avec l'embauche, forcé ou non, par la cour du roi du Maroc de nombreux jardiniers grassois ou niçois réputé dans l'art des jardins et de la fleur.<sup>75</sup>

En France, ces jardiniers des Palais ont créé sur le comté de Nice en particulier une grande diversité de jardins aux inspirations foisonnantes dans une approche méditerranéenne teintée d'orientaliste. Elle continue de se développer sous le second Empire, quand nombre de familles de jardiniers ont commencé à produire des fleurs coupées destinées à la clientèle aristocratique de la Côte.<sup>76</sup>

Mais l'intérêt pour le trafic floral et horticole commence vraiment avec le précurseur dans ce commerce, Alphonse Karr. Il en avait tracé la voie avant la guerre de 1870, par l'expédition à la capitale de tous modestes bouquets de violettes.<sup>77</sup>

<sup>73</sup> \_ Fédération Nationale des Fleuristes de France : <http://www.fnff.info/> (visiter le 16/03/2014)

<sup>74</sup> \_ Fédération Nationale des Fleuristes de France, op.cit.

<sup>75</sup> \_ Un peu d'histoire, <http://www.saintefleur.fr/image/rivieras.pdf> (visiter le 20/03/2014)

<sup>76</sup> \_ Un peu d'histoire, Op.cit

<sup>77</sup> \_ Un peu d'histoire, Ibid.

### **3 Les activités principales d'un fleuriste**

Avant tout, un fleuriste doit être un bon professionnel, maîtrisant son métier dans les règles de l'art. Mais comme tous indépendant, il faut aussi qu'il sache développer sa clientèle, gérer ses approvisionnements, faire les comptes, remplir les papiers administratif, etc.

Le fleuriste a plusieurs activités. En effet il travaille dans le commerce d'agrément. Il est l'intermédiaire entre l'horticulteur et le client. Ses activités sont liées aux événements de la vie (décès, cérémonies diverses..). Il est amené à remplir des fonctions techniques, artistiques et commerciales.<sup>78</sup> Aussi il assure la préparation, l'assortiment, la présentation, la mise en valeur et la vente des fleurs naturelles en magasin de détail, au rayon végétal de grandes surfaces, dans les jardinerie de galeries marchandes ou sur marchés:<sup>79</sup>

- Sélectionner fleurs et végétaux chez les fournisseurs (grossistes, marchés).
- Procéder aux achats (fleurs, végétaux, produits, outils).
- Réceptionner les produits et vérifier leur qualité.
- Stocker ses produits dans les bonnes conditions.
- Assurer l'entretien jusqu'à la vente : coupe, arrosage, rempotage, nettoyage, ...
- Créer et mettre en valeur sa vitrine ou son rayon.
- Accueillir le client.
- Conseiller le client en fonction de l'évènement pour lequel il achète des fleurs.
- Conseiller le client sur l'entretien de ses fleurs.
- Gérer une caisse.
- Gérer ses stocks : jeter ce qui n'est plus vendable, établir la liste de ce qu'il faut commander.

<sup>78</sup> \_ «fleuriste » Document réalisé avec le soutien du Conseil Régional de Bourgogne, Fiche réalisée avec la collaboration de professionnels, Novembre 2004,

[http://www.mip-louhans.asso.fr/parties/metier/sous\\_parties/FM/Fleuriste/Fleuriste.pdf](http://www.mip-louhans.asso.fr/parties/metier/sous_parties/FM/Fleuriste/Fleuriste.pdf) (visiter le 20/03/2014)

<sup>79</sup> \_ INSEEC, Fleuriste, le : 02/11/2011 : <http://www.digischool.fr/fiche-metier/fleuriste-6852.php> (visiter le 20/03/201)



## **4\_ La place des fleurs dans les sociétés**

### ***4.1\_ La fleur comme objet de curiosité***

À l'aube du XVIème siècle, une multitude de fleurs ornementales furent introduites en Europe occidentale. Leur assimilation dans le monde occidental, est intimement liée au phénomène culturel des curiosités. La recherche et l'acquisition de spécimens périssables, dont la splendeur est éphémère et l'avenir imprévisible, constituait une forme de collection au caractère fascinant.<sup>80</sup>

Ainsi, les fleurs étaient recherchées avec la même ferveur que les œuvres d'art, ou d'autres raretés de la nature (fossiles, animaux..). Les fleurs exposées dans les jardins et dans les galeries offraient donc à la fois, un objet d'étude et de délectation. Le plaisir pur que l'on retire de la contemplation des plantes (leurs qualités esthétiques), et les possibilités d'acclimatation de spécimens radicalement exotiques par une simple transplantation expliquent la grande popularité des fleurs.

Prenons l'exemple des Hollandais, pour qui il a suffi d'offrir à la tulipe une terre appropriée et de l'eau pour l'acclimater, et la naturaliser, au point d'être revendiquée comme un patrimoine national, alors qu'elle est d'une origine totalement étrangère.<sup>81</sup>

### ***4.2\_ Le langage des fleurs***<sup>82</sup>

#### **des messagères subtiles**

Les fleurs ont toujours été l'objet de rituels. Peut-être est-ce à cause de leur diversité, de leur aspect intrigant, ou au contraire familier. Toutes leurs différences correspondent à autant d'inspirations individuelles, souvent collectives qui s'expriment à travers des codes floraux. Il est très intéressant d'approcher cette diversité par l'observation de l'utilisation symbolique des fleurs. Emblèmes politiques, célébration de l'amour, traditions champêtres, savoir vivre, poème de la beauté et à la pureté, sont autant de formes que prennent les plantes. Elles sont des messagères, qui servent à remplacer les mots qu'on ne peut, ou ne doit pas prononcer. Ce langage floral. Dont le sens caché semble réservé aux initiés, puise ses racines dans traditions anciennes qui toujours associèrent les fleurs aux émotions humaines.

---

<sup>80</sup> \_ Un peu d'histoire, op.cit.

<sup>81</sup> \_ Un peu d'histoire, <http://www.saintefleur.fr/image/rivieras.pdf> op.cit.

<sup>82</sup> \_ Un peu d'histoire, Ibid.

## Chapitre I : Présentation du projet

Pourquoi parle-t-on de langage ? Il serait plaisant d'y voir un mode de communication universel, rompant les barrières culturelles, géographiques. Or il n'en est rien. Les fleurs n'ont pas la même signification selon les civilisations. Et c'est parce que leur symbolisme diffère selon les régions, tout comme les langues.

### Les couleurs

Il existe cependant des constantes, liées au caractère de la fleur, et surtout à sa couleur.

Ainsi le blanc est généralement associé à l'innocence, à la pureté, la naïveté et la joie.

Le rouge, lié au soleil et à l'été, est la couleur de la pudeur mais aussi de l'amour, de l'ambition et la puissance.

Le vert, emblème du printemps, traduit l'espérance ainsi que la jeunesse et le succès.

Le bleu, teinte du ciel et associé à l'automne, évoque la pureté de sentiments, la sagesse, l'amour pur.

Quand au jaune, couleur de l'âme, s'il est synonyme de richesse, de gloire, il est aussi celui de l'infidélité.

Mais le symbolisme des fleurs est d'une subtilité plus complexe encore, leur parfum, leur nom et bien des mystères la définissent.



## **Conclusion**

L'entrepreneuriat dans le monde entier est devenu le fer de lance de tout programme de développement. Elle est l'axe principal des politiques gouvernementales des pays industrialisés.

L'entrepreneuriat ce processus prend du temps avant d'apporter des résultats. Il nécessite de se focaliser, dans un premier temps, sur des formations qui visent à susciter la créativité, l'innovation, l'expérimentation et la prise de risque et ce dès le plus jeune âge de la population la plus large possible. La création d'entreprise viendra ensuite et elle sera une conséquence « naturelle » de ce développement créatif, notamment dans un pays où la culture n'est pas très entrepreneuriale.

L'Algérie représente une opportunité très attractive pour les investisseurs et les créateurs d'entreprises, les efforts doivent être réunis et enrichis en matière de promotion, de suivi et d'accompagnement du secteur des PME/PMI.

Le développement du secteur des PME/PMI dépend dans une large mesure du climat des affaires, c'est dans cette optique, qu'apparaît le rôle primordial que l'entrepreneuriat est appelées à accomplir dans la conduite d'un développement économique national et durable. Et elle intervient comme une solution étendue qui peut guérir tous les maux de la société.

D'après ce qu'on a présenté dans ce chapitre les autres pays sont très intéressés par les fleurs, par rapport à l'Algérie. Et la culture florale est importante pour les sociétés à cause du rôle des fleurs qu'elles jouent comme messagères. Et qu'elles transmettent des sentiments qu'on ne peut pas les prononcer.

# ***DEUXIEME CHAPITRE***

## ***Financement du Projet***

### **Chapitre II : Financement du projet**

#### **Introduction :**

#### **◆ Section I : L'aide à la création d'entreprise en Algérie.**

- 1\_ Les banques et les instruments de financement des PME en Algérie.
- 2\_ Dispositifs d'aide à la création d'entreprise et régimes d'incitation à l'investissement.
- 3\_ L'aide à l'accès aux financements bancaires.
- 4\_ Les structures d'appui et d'animation économique locale.

#### **◆ Section II : L'Agence Nationale pour le Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ) comme mode de financement de notre projet.**

- 1\_ Aperçu générale sur l'ANSEJ.
- 2\_ Le financement des micro-entreprises via le dispositif ANSEJ et les avantages fiscaux.
- 3\_ L'accompagnement assuré par le dispositif ANSEJ.
- 4\_ Les réalisations du dispositif ANSEJ en chiffres.

#### **Conclusion :**



## **Introduction**

Les PME constituent une source essentielle de croissance économique, de dynamisme et de flexibilité, elles assurent la création des emplois dans les pays. Il revient aux pouvoirs publics algériens de veiller aux conditions de développement de ces entreprises, notamment celle liée à leur financement, pour leur permettre de se lancer, croître et contribuer au renforcement de l'économie nationale.

Si les débats sur l'accès aux ressources financières pour les PME sont déjà consommés dans les pays industrialisés, ils restent d'actualité en Algérie, qui n'a pas encore achevé sa transition vers une économie de marché.

Dans ce sens, des mesures et des dispositifs de promotion de l'investissement et d'aide à la création d'entreprises sont mis en place depuis plusieurs années en Algérie, pour favoriser l'esprit d'entrepreneuriat et adapter les mécanismes de financement aux entreprises naissantes puis stimuler par des mesures fiscales ciblées l'investissement.

Dans ce deuxième chapitre nous étudierons les différents modes de financement. Dont on a deux sections ; la première section relative aux modes de financements et les aides à la création d'entreprises en Algérie (les banques, les dispositifs,...), puis la deuxième section est attribuée pour le mode choisi pour financer notre projet.

## ◆ Section I : L'aide à la création d'entreprise en Algérie

### 1\_ Les banques et les instruments de financement des PME en Algérie

Les banques sont un instrument fondamental du développement des structures productives et assurent actuellement l'octroi de la majeure partie des crédits à l'investissement. Les banques ont pour objectif de financer des investissements nécessitant la mobilisation d'une importante quantité de fonds.

#### *1.1\_ Historique du système bancaire algérien*<sup>83</sup>

Avant la mise en œuvre des réformes, le secteur bancaire algérien était constitué, outre la banque centrale, de cinq banques publiques (BNA, BEA, CPA, BADR, BDL) issues de la nationalisation des banques françaises en 1967, d'une banque d'investissement BAD et caisse d'épargne CNEP. Les banques étaient spécialisées par secteur d'activité et développaient des instruments financiers favorisant la mise en œuvre des orientations de l'état.

Le financement de l'économie était fondé sur l'épargne budgétaire, la mobilisation de l'épargne domestique ne constituant pas une priorité pour les banques. Le secteur privé, quant à lui, n'occupait qu'une part marginale dans le portefeuille des banques.

La crise des années 80 a renforcé les contraintes budgétaires et mis en évidence la confusion des rôles, conduisant l'état à entamer son désengagement du financement de l'économie. L'objectif était de sortir de la crise du financement par l'endettement et de rétablir les grands équilibres macro-économiques.

Dans le secteur bancaire, les premiers effets significatifs de cette nouvelle politique se sont manifestés par la transformation des banques publiques, dès 1989, en sociétés par actions, soumises aux règles du code du commerce. Mais c'est la loi de 1990 sur la monnaie et le crédit qui va constituer le fondement de nouveau système financier algérien et annoncer le début d'un processus de déréglementation très profond.

---

<sup>83</sup> \_ Belghersa Abdelatif, «Questionnements sur la privatisation des banques publiques en Algérie», (Université, d'Annaba), P74-76, Revue des sciences Humaines-Université Mohamed khider Biskra, N°11, , mai 2007.



Ces transformations ont été appuyées, dès 1991, par la mise en œuvre d'un programme global d'assainissement et de restructuration du secteur industriel public, qui s'est traduit par l'assainissement des portefeuilles des banques publiques Algériennes.

Dès 1993, les banques ont engagé des projets importants pour refondre leurs systèmes informatiques ou adapter leurs activités aux nouvelles exigences du marché. Ce programme n'a pas pu être mené à bien dans les délais prévus, notamment du fait des difficultés rencontrées pour les recours à l'aide de conseils extérieurs.

L'année 1991 a marqué quant à elle un tournant décisif dans la libération du commerce extérieur en Algérie.

L'ensemble de ces évolutions ont été consacrées en 1994 par l'institution de la convertibilité commerciale du dinar, grâce aux effets du rééchelonnement de la dette extérieure algérienne.

1994 et 1995 avec la banque mondiale a lui aussi donné de bons résultats : inflation très faible, dégagement d'excédents budgétaires, accroissement considérable des réserves de change, stabilisation des taux de change, taux de réescompte ramené de 15% à 6% en quelques années, passage du ratio de service de la dette sous la barre des 20%.

A partir de 1996 a été mis en place le cadre institutionnel nécessaire à la mise en place d'un marché de capitaux. La bourse des valeurs mobilières est opérationnelle depuis septembre 1999. Cette bourse ne peut connaître une dynamique sérieuse qu'avec l'accélération du processus de privatisation des entreprises publiques et l'entrée en bourse, déjà annoncée, de quelques entreprises privées majeures.

### *1.2\_ Les banques qui existent en Algérie*<sup>84</sup>

**La Banque Nationale d'Algérie (BNA):** la BNA (197 agences) est créée en juin 1966. elle est spécialisée dans le financement de l'agriculture et la promotion du monde rural. Dès 1988, la BNA devient une société par actions.

**La Banque Extérieure d'Algérie (BEA):** la BEA (91 agences) est créée en 1967, elle a repris successivement les activités de la Société Générale, de la

<sup>84</sup> \_ Guide des banques et des établissements financiers 2012, Dépôt légal : 195-2012. Algérie.

Barclay's Bank limited, du crédit du nord et de la banque Industrielle de l'Algérie et de la Méditerranée (BIAM). En 1989 devient une société par actions.

**Le Crédit populaire d'Algérie (CPA):** le CPA (139 agences) est créé en 1966, elle a pour mission de promouvoir le développement du BTPH, des secteurs de la santé et du médicament, du commerce et de la distribution, de l'hôtellerie et du tourisme, des médias, de la PME/PMI et de l'artisanat. En 1988 est devenu une société par actions.

**La Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR):** la BADR (290 agences) est créée en 1982, elle a pour activité principale de développer les secteurs agricole, de la pêche et des ressources halieutiques, ainsi que la promotion du monde rural.

**La Banque de Développement Local (BDL):** la BDL (148 agences) est créée en 1982, elle est la banque des PME/PMI, du commerce au sens large, puis des professions libérales, des particuliers et des ménages.

**La Caisse Nationale d'Épargne et de Prévoyance (CNEP-Banque):** la CNEP (223 agences) est créée en 1964, elle a pour mission la collecte de l'épargne et le financement des crédits immobiliers aux particuliers, celui de la promotion immobilière et le financement des entreprises (leasing, fonds de roulement..), ou encore les services liés à l'habitat (bureaux d'études, entreprises d'entretien d'immeuble, etc..).

**Al Baraka Bank Algérie:** Albaraka Bank est la première banque ayant pour activité le «Banking islamique» à s'être implantée en Algérie. Elle a démarré ses activités en 1991, ses actionnaires sont la BADR et le groupe Dallah Al Baraka (Arabie Saoudite). La banque a pour objet social les opérations de banque et d'investissement conformes à la Shari'a, elle a pour objet statutaire la gestion des fonds Zakat. Les modes de financement que propose la banque sont: la Mourabaha, la Moucharaka, Salam, Ijar, Moudharaba, Al istisna'a, elle 25 agences.

**Citibank Algérie:** elle est présente en Algérie depuis 1992 dans des secteurs comme la finance bancaire et la finance d'entreprise, ses activités se concentrent autour de l'investissement étranger, la gestion de trésorerie, les dépôts et la banque en ligne. Elle a 4 agences.



**Arab Banking Corporation-Algeria (ABC-Algérie):** ABC-Algérie est une filiale d'Arab Banking Corporation Bahrein. Elle compte 18 agences.

**Natixis Algérie:** Natixis Algérie est une banque française agréée en 2000. Elle active en tant que banque d'investissement. Elle compte 12 agences.

**Société générale Algérie:** c'est une banque commerciale détenue à 100% par la banque Société générale (France), agréée en 2000, elle compte 70 agences.

**Arab Bank PLC-Algérie «succursale de banque» (Arab Bank PLC):** elle est agréée en 2001 avec le statut de banque universelle avec 4 agences.

**BNP Paribas Al Djazair:** c'est une filiale à 100% de BNP Paribas (France), elle est agréée en 2002. Elle est autorisée à effectuer toutes les opérations reconnues aux banques, elle compte 58 agences.

**Gulf Bank Algérie:** membre de la Kuwait project Company, elle est agréée en 2004. La banque a le statut de la banque universelle qui propose des produits bancaires classiques ainsi que des produits islamiques. Elle compte 24 agences.

**Trust Bank Algeria:** agréée en 2002, la banque a le statut de la banque universelle. L'actionnaire est composé en majorité de sociétés à capitaux privés. Elle compte 12 agences.

**The Housing Bank for Trade and Finance-Algeria:** filiale algérienne de The Housing Bank for Trade and Finance, la banque est agréée en 2003. Le capital social est détenu par 3 institutions financières. Elle dispose de cinq agences.

**Fransabank El-Djazair SPA:** elle est créée en 2006 et c'est une banque libanaise. En 2010, la banque a ouvert sa première agence bancaire à Oran. Son réseau comprend deux agences.

**Calyon Algérie:** c'est une filiale à 100% de Calyon SP (France), propriété du groupe français Crédit Agricole. La banque est agréée en 2007 comme banque universelle. Elle active principalement comme banque d'investissement avec une seule agence.

**HSBC Algérie (Succursale):** agréée en 2008 en tant que succursale de banque HSBC Algérie peut exercer toutes les activités reconnues aux banques. Elle dispose de deux agences.

**Al Salam Bank-Algeria:** agréée en 2008, elle offre des produits islamiques. La banque active dans l'investissement immobilier, les titres, les actions et les fonds d'investissement. Elle dispose sur deux agences.

### *1.3\_ Les nouveaux segments des marchés financiers*<sup>85</sup>

Dans les pays développés, depuis les années 80 les autorités chargées du développement des PME et les responsables des institutions financières ont déjà bien souligné l'insuffisante diversité des ressources financières dont disposaient les entreprises de taille réduite. Depuis ils ont encouragé le développement de nouveaux dispositifs financiers, dont l'objectif est de faire émerger deux modes de financement complémentaires au prêt bancaire classique:

#### Le microcrédit

Aujourd'hui, le micro crédit est bien connu. Dans la plupart des économies, il occupe une place de choix et diversifie les de la lutte contre la pauvreté, permet d'outiller les citoyens ayant des capacités entrepreneuriales de moyens financiers, nécessaires à la concrétisation de leurs projets professionnels.

Il reste peu répandu en Algérie, et c'est dans ce sens que l'ANGEM est mise en place en 2004, elle devrait le soutenir et le diffuser davantage dans la société algérienne. Les expériences du microcrédit ont une incidence réelle au quotidien, et les bénéficiaires ont réussi à retrouver un travail, à développer une activité, voire à créer une petite affaire. Les bénéficiaires se sont des petits entrepreneurs, qui exercent une activité de faible productivité, avec peu de moyens.

Cela dit, développer le microcrédit en Algérie, peut constituer un financement complémentaire au financement bancaire classique existant, susceptible d'allumer le moteur économique des individus, pour créer leurs propres activités et qui n'ont pas assez de ressources financières, il permettra ainsi à leurs familles de vivre, et éveillera les créativité qui existe en chaque personne. Le microcrédit peut en outre, apporter une réponse à la difficulté que rencontrent les promoteurs-chômeurs pour constituer l'apport personnel en fonds que réclament l'ANSEJ et les banques.

---

<sup>85</sup> \_ Karim Si Lekhal, «Le financement des PME en Algérie : difficultés et perspectives », P 55\_57, N° 12, Décembre 2012, recherches économiques et managériale, Université de Versailles Saint Quentin en Yvelines.



Les institutions de micro-finance, avec leur pratique du microcrédit, ayant a priori une meilleure connaissance des petits entrepreneurs et une grande expérience de travail de proximité, peuvent être d'un grand bénéfice pour les banques. Des partenariats entre ces deux entités doivent être encouragés, car ils peuvent être fructueux et permettent une bonne connaissance des entrepreneurs, donc en mesure de réduire l'asymétrie d'information et d'améliorer ainsi les conditions d'accès aux financements des PME.

Au total, le microcrédit en Algérie, apparait comme l'un des moyens les mieux adaptés pour financer les micro-entreprises. Il permet non seulement de réduire l'asymétrie d'information, mais aussi de baisser les frais de transaction pour le petit entrepreneur, et lui offrir un crédit à proximité, en simplifiant la démarche de demande de prêt et son suivi, tout en tentant de réduire au mieux les probabilités de hasard moral et de sélection adverse.

### Le capital risque

Le capital risque constitue de nos jours un instrument financier confirmé au service des PME, innovantes surtout. Pourtant, en dépit de l'intérêt qu'il a suscité dans les économies développées, il a du mal à s'introniser dans le paysage financier algérien. C'est un outil de financement particulier, sa réalisation associer trois entités, à savoir les institutions du capital risque, les investisseurs (personnes physiques et/ou investisseurs institutionnels) qui leur confient les capitaux, et les entreprises bénéficiaires, en principe sont des unités non établies et dont le devenir est incertain.

Ces opérateurs de capital risque engagent les capitaux de leurs clients, sous forme de participations dans des entreprises, à un moment où ces dernières n'ont pas aisément accès aux financements classiques, de par les risques considérables propres à la phase de l'amorçage, qui pèsent sur leur réussite future. Pour les sociétés du capital risque, cette prise de risque est compensée par une contrepartie de perspectives d'une rentabilité élevée, différée, qui se réalisera au moment de la «sortie», qui se fait par l'introduction de l'entreprise financée en bourse ou par sa revente à d'autres agents industriels ou financiers.

En Algérie, en dépit de l'amélioration du cadre fiscal et réglementaire, ces dernières années, la pratique du capital risque demeure restreinte, on en compte actuellement pas plus de deux à trois institutions spécialisées opérationnelles: FINALEP (1991) et SOFINANCE (2000). Encore ce caractère opérationnel mérite d'être tempéré sur le terrain, pour la SOFINANCE par exemple, la prise

de participation ne dépasse pas le seuil des 35% du capital de l'entreprise, une limite qui reste relativement faible en comparaison avec ce qui se fait dans les autres pays développés.

Au final, il revient aux autorités et au législateur algérien de mettre en place un cadre juridique propice qui favorisera le développement de ce nouvel instrument financier, susceptible non seulement de renforcer les fonds propres des PME, mais aussi d'apporter des conseils, des réseaux et un soutien logique, grâce auxquels les chances de réussite des projets seront augmentées.

## **2 Dispositifs d'aide à la création d'entreprise et régimes d'incitation à l'investissement**

Les organismes existants en Algérie pouvant avoir un rôle d'appui auprès des PME pour leur développement sont des structures d'aides, sous formes d'agences nationales chargées de l'exécution des politiques publiques d'assistance et de soutien à la création d'entreprises. On traite ici les dispositifs les plus importants mis en place par l'état pour promouvoir la PME, à savoir : l'ANDI, l'ANSEJ, la CNAC et l'ANGEM.

### ***2.1 L'Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit (ANGEM)***

Agence Nationale de Gestion de Micro Crédit a été créée par le décret exécutif N° :04-14 du 22 janvier 2004<sup>86</sup>, et a débuté ses activités au cours du mois d'octobre 2004, mais pour le cas de la wilaya de Tlemcen, l'ANGEM n'a débuté ses activités qu'à partir de l'année 2006.

Elle développe un dispositif (le micro crédit) visant le développement des capacités individuelles des personnes à s'auto prendre en charge en créant leur propre activité<sup>87</sup>. Elle est représentée par un réseau de 48 coordinations de wilaya appuyées par des cellules d'accompagnement au niveau de 85 % des Dairas du pays<sup>88</sup> (548 cellules d'accompagnement couverts par plus de 700

<sup>86</sup> \_ Abdelmalek Fatima Zahra, «La place de la finance islamique dans le financement des petites et moyennes entreprises en Algérie», P63, mémoire de MAGISTERE en Science économique, université Abou-Bakr Belkaid-Tlemcen-, Algérie, 2011-2012.

<sup>87</sup> \_ Guide du créateur d'entreprise, (le Carrefour du Jeune Entrepreneur), «Ministère de l'industrie, de la PME et de la promotion de l'investissement. Direction Générale de la PME, avec l'appui du Programme de Développement Economique Durable de la GIZ», P6, novembre 2011, Algérie.

<sup>88</sup> \_ Mr Smahi Ahmed, «Micro finance et pauvreté : quantification de la relation sur la population de Tlemcen», P231, Thèse de Doctorat en sciences économiques, université Abou-Bakr Belkaid-Tlemcen-, Algérie, 2009/2010



accompagnateur/agents de crédit<sup>89</sup>). Elle a repris le portefeuille des crédits accordés par l'Agence de Développement Social. Depuis 2005, les microcrédits inférieurs à 30.000 DA sont décaissés directement par l'agence. Pour les montants considérables.<sup>90</sup>

### Les missions de l'ANGEM<sup>91</sup>

- ✓ Gestion du dispositif du micro crédit conformément à la législation et la réglementation en vigueur.
- ✓ Soutien, conseil et accompagnement des bénéficiaires dans la mise en œuvre de leurs activités, notamment en ce qui concerne le montage financier de leurs projets.
- ✓ Notification aux bénéficiaires dont les projets sont éligibles au dispositif, des différentes aides qui leur sont accordées.
- ✓ Suivi des activités réalisées par les bénéficiaires en veillant aux respects des conventions et contrats qui les lient à l'ANGEM et en les assistant auprès des institutions et organismes concernés par la mise en œuvre de leurs projets, notamment les partenaires financiers du programme.
- ✓ Formation des porteurs de projets et des bénéficiaires de micro crédits aux techniques de montage et de gestion d'activités génératrices de revenus.

### Les partenaires de l'ANGEM<sup>92</sup>

\_ Les partenaires nationaux :

- Les cinq banques publiques (BNA, BADR, BDL, BEA, CPA).
- Le Ministère de la Formation et de l'Enseignement Professionnels.
- La direction Générale de l'Administration Pénitentiaire et de Réinsertion.
- La Chambre Algérienne de la Pêche et de l'aquaculture.
- Les Chambres de l'Artisanat et des Métiers, les Chambres de l'Agriculture.
- Le Centre de Recherche en Economie Appliquée pour le Développement (CREAD).
- Le mouvement associatif.

<sup>89</sup> \_ Ministère de la solidarité nationale, de la famille et de la condition de la femme, Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit ANGEM, présentation et réalisations, 2013, Alger, Algérie, [http://www.cm6-microfinance.ma/uploads/file/uma/Intervention%20de%20Mr%20H\\_%20AOUADJIA.pdf](http://www.cm6-microfinance.ma/uploads/file/uma/Intervention%20de%20Mr%20H_%20AOUADJIA.pdf) (visiter le 23/04/2014).

<sup>90</sup> \_ Karim Si Lekhal. Op.cit.

<sup>91</sup> \_ Ministère de la solidarité nationale, de la famille et de la condition de la femme, Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit ANGEM, op.cit.

<sup>92</sup> \_ Ministère de la solidarité nationale, de la famille et de la condition de la femme, Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit ANGEM, Ibid.

\_ Les partenaires internationaux :

- Banque Mondiale : mise en place d'un système de suivi-évaluation du dispositif micro-crédit.
- Programme des Nations Unies pour le Développement PNUD : projet dans la daïra de Charouine (Adrar) : appui au renforcement des capacités locales pour un développement local.
- La Coopération Technique belge : programme de lutte contre la pauvreté et l'exclusion dans la wilaya de Souk Ahras.

Ce dispositif est destiné à tout citoyen de plus de 18 ans sans revenus ou disposant de revenus instables et irréguliers ainsi que les femmes au foyer.

Le micro crédit est un prêt à taux bonifié et garanti par l'état avec un remboursement qui se fera en 12 à 60 mois et un intérêt de 1 et 2%, selon les cas, à la charge du bénéficiaire<sup>93</sup>. Ce micro crédit permettant l'achat d'un petit équipement et des matières premières de démarrage pour exercer une activité ou un métier.

### **Le crédit « achat de matière première »<sup>94</sup>**

Le dispositif prévoit un financement à 100% (aucun apport du postulant au micro crédit) du montant d'achat de la matière première à travers un prêt non rémunéré (PNR), pour un coût global ne dépassant pas 100.000DA (ce coût peut atteindre 2500.000 DA au niveau des wilayas de Sud).

### **Le crédit « acquisition de petits matériels et équipements »<sup>95</sup>**

C'est un financement triangulaire pour création d'activités (ANGEM-Banque-Promoteur). Le coût maximum de l'investissement est fixé à 1 million de dinars. Le montage financier proposé par le dispositif prévoit la formule suivante :

- \_ Apport personnel : 1% du coût global du projet
- \_ ANGEM : 29% du coût global à travers prêt non rémunéré
- \_ Banque : 70% du coût global (intérêts bonifiés)

<sup>93</sup> \_ Mr Smahi Ahmed, op.cit, P 231.

<sup>94</sup> \_ Site officiel de l'ANGEM,

[http://www.angem.dz/fr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=84&Itemid=131](http://www.angem.dz/fr/index.php?option=com_content&view=article&id=84&Itemid=131) (visiter le 23/04/2014).

<sup>95</sup> \_ Site officiel de l'ANGEM, op.cit.



## Chapitre II : Financement du projet

Apport personnel	Crédit sans intérêt (ANGEM)	Crédit bancaire
<b>1%</b>	<b>29%</b>	<b>70%</b>

### **Bilan cumulé des réalisations de l'ANGEM**

Tableau 3 : Bilan cumulé des réalisations de l'ANGEM

<i>Année</i>	<i>Formulation de financement</i>		
	<i>A.M.P</i>	<i>Triangulaires</i>	<i>Total</i>
<b>2005</b>	3 329	0	3 329
<b>2006</b>	22 065	156	22 221
<b>2007</b>	15 586	1 645	17 231
<b>2008</b>	39 147	2 952	42 099
<b>2009</b>	51 664	9 070	60 734
<b>2010</b>	47 085	4 871	51 956
<b>2011</b>	105 085	2 526	107 611
<b>2012</b>	139 368	7 059	146 427
<b>2013 Fin sep</b>	70 595	8 500	79 095
<b><u>Total</u></b>	<b>493 924</b>	<b>36 779</b>	<b>530 703</b>

**Source** : Ministère de la solidarité nationale, de la famille et de la condition de la femme, Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit ANGEM, op.cit.

Dans ce tableau le nombre total de projets financiers pour l'achat de matière première (493 924) dépasse le nombre total de projets financiers triangulaires (36 779).

### Répartition des financements par genre

Tableau 4 : Répartition des financements par genre

Exercice	Pourcentage Femmes	Pourcentage Hommes
2005	72.00%	28.00%
2006	64.20%	35.80%
2007	64.58%	35.42%
2008	56.76%	43.24%
2009	54.65%	45.35%
2010	62.96%	37.04%
2011	63.49%	36.51%
2012	59.82%	40.18%
2013Fin sep	62.95%	37.05%
<b>TOTAL</b>	<b>60.87%</b>	<b>39.13%</b>

**Source** : Ministère de la solidarité nationale, de la famille et de la condition de la femme, Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit ANGEM, op.cit.

Les femmes promoteurs présentent un pourcentage de 60.87%, ce pourcentage est presque le double du pourcentage des hommes promoteurs (38.13%).

## 2.2\_ La Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC)

La Caisse Nationale d'Assurance Chômage a été créée en 1994. Dans le cadre de la politique nationale de lutte contre le chômage et la précarité, la CNAC a mis en œuvre un dispositif de soutien à l'activité économique, par un appui financier aux chômeurs de 30 à 50 ans<sup>96</sup>, ayant perdu leur emploi pour des raisons économiques et inscrits à l'ANEM depuis au moins un mois en leur offrant plusieurs avantages, pour un montant d'investissement pouvant atteindre 10 millions de DA. CNAC appuie non seulement les nouvelles créations d'entreprise mais aussi les extensions de la capacité de production de biens et de services pour les entrepreneurs déjà en exercice. Les services assurés aux promoteurs par le dispositif intègrent, à la fois :<sup>97</sup>

\_ L'accompagnement personnalisé durant toutes les phases du projet et l'élaboration de Business Plan.

<sup>96</sup> \_ Karim Si Lekhal, op.cit.

<sup>97</sup> \_ Guide du créateur d'entreprise, op.cit, P 7.



\_ Aides financières :

- Prêt non rémunéré représentant 28 à 29% du coût global du projet.
- Bonification des intérêts bancaires.

\_ Les investissements à réaliser dans ce cadre reposent exclusivement sur un mode de financement de type triangulaire, qui met en relation le promoteur, la banque et la CNAC à travers le montage suivant :

- Apport personnel : 1 à 2% du coût global du projet.
- Financement CNAC : 28 à 29% du coût global du projet (non rémunéré).
- Financement bancaire : 70% (intérêts bonifiés).

\_ Avantages fiscaux (exonération de TVA et abattement sur les droits de douane en phase de réalisation et exonération d'impôts en phase d'exploitation).

\_ Coaching et formation à la gestion d'entreprise pendant le montage du projet et après la création de l'entreprise.

\_ Validation des Acquis Professionnels (V.A.P). C'est une mesure mise en œuvre en partenariat avec le Ministère de la Formation et de l'Enseignement Professionnels, elle vise à évaluer et à valoriser l'expérience professionnelle des futurs promoteurs en situation d'absence de justificatif de qualification (certificat de qualification, diplôme ou certificat de travail). Cette opération est prise en charge financièrement par la CNAC.

### Les modalités de financement <sup>98</sup>

C'est la formule du financement triangulaire. C'est une formule dans laquelle l'apport personnel du promoteur est complété par un prêt sans intérêt accordé par la CNAC et par un crédit bancaire.

Ce type de financement est structuré sur deux niveaux :

- **Niveau 1** : le montant d'investissement jusqu'à 5.000.000 DA

Apport personnel	Crédit sans intérêt (CNAC)	Crédit bancaire
1%	29%	70

<sup>98</sup> \_ Abdelmalek Fatima Zahra, op.cit, P 64.

- **Niveau 2** : le montant d'investissement de 5.000.001 DA à 10.000.000 DA

Apport personnel	Crédit sans intérêt (CNAC)	Crédit bancaire
2%	28%	70

### *2.3\_ L'Agence Nationale de Développement des Investissements (ANDI)*

L'agence Nationale de Développement des investissements a été créée selon le décret exécutif n° 01-282 du 24 septembre 2001<sup>99</sup>. Elle est chargée de la promotion, le développement et la continuation des investissements en Algérie, accueillir, conseiller et accompagner les investisseurs et pour la création d'entreprise à travers des régimes d'incitation qui s'articulent essentiellement autour de mesures d'exonération et de réduction fiscale.

Deux régimes d'avantages sont prévus :<sup>100</sup>

\_ le régime général s'applique aux investissements courants réalisés en dehors des zones à développer.

\_ le régime dérogatoire s'applique aux investissements courants réalisés dans les zones à développer et à ceux présentant un intérêt particulier pour l'état.

L'ANDI est présente dans toutes les wilayas du pays à travers les «guichets uniques décentralisées». Le guichet unique décentralisé est une structure qui regroupe les représentations locales de l'ANDI et les organisations et les administrations concernées par l'acte d'investissement (registre de commerce, impôts, douanes, foncier...). Le guichet unique a pour vocation d'être l'interlocuteur unique du promoteur dans l'esprit d'alléger et de faciliter les formalités et procédures administratives relatives au projet d'investissement.

Le guichet unique décentralisé regroupe en son sein les représentants locaux de l'agence elle-même et ceux :<sup>101</sup>

<sup>99</sup> \_ Journal Officiel de la république algérienne démocratique et populaire, N°55, 40è année, correspondant au 26 septembre 2001.

<sup>100</sup> \_ Guide du créateur d'entreprise, op.cit, P 8.

<sup>101</sup> \_ Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI), guichet unique décentralisé de l'ANDI au service du développement local



- Du centre national du registre de commerce.
- Des services des impôts.
- Des services des domaines.
- Des services des douanes.
- Des services de l'urbanisme.
- De l'aménagement du territoire et de l'environnement.
- De l'emploi et du travail.
- Les représentations de la CNAS et de la CASNOS.
- De l'APC.

Le représentant de l'ANDI est chargé de ce qui suit :<sup>102</sup>

\_ Assurer, dans tous les domaines utiles à l'investissement, un service d'accueil et d'information au profit des investisseurs.

\_ Diffuser, à travers les supports les plus appropriés d'information et d'échange de données, toute la documentation nécessaire à une meilleure connaissance, par les milieux d'affaires, des législations et réglementations en rapport avec l'investissement.

\_ Assurer un service de mise en relation d'affaires et de facilitation des contacts des investisseurs non résidents avec les opérateurs algériens et de promouvoir les projets et les opportunités d'affaires.

### **Principaux avantages accordés par ce dispositif**<sup>103</sup>

#### **a\_ avantage au titre de la réalisation**

- Exonérations de droits de douane pour les biens non exclus, importés et entrant directement dans la réalisation de l'investissement.
- Franchise de la TVA pour les biens et services non exclus, importés ou acquis localement entrant directement dans la réalisation de l'investissement.
- Exemption du droit de mutation à titre onéreux pour toutes les acquisitions immobilières effectuées dans le cadre de l'investissement concerné.

---

[http://www.ccimzab.com/documents/doc\\_info/service\\_developpement\\_local\\_guiche\\_unique.pdf](http://www.ccimzab.com/documents/doc_info/service_developpement_local_guiche_unique.pdf) (visiter le 23/04/2014).

<sup>102</sup> \_ Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI), guichet unique décentralisé de l'ANDI au service du développement local, op.cit.

<sup>103</sup> \_ Guide du créateur d'entreprise, op.cit, P 18.

**b\_ avantages au titre de l'exploitation (période de trois ans après constat d'entrée en activité)**

- Exonérations de l'impôt sur le bénéfice des sociétés (IBS).
- Exonérations de la taxe sur l'activité professionnelle (TAP).

Concernant le dispositif de l'Agence Nationale pour le Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ), on va l'expliquer en détail dans la 3<sup>ème</sup> section.

### **3 L'aide à l'accès aux financements bancaires**

Plusieurs problématiques se posent, en matière de financement de projets de création d'entreprise. Parmi celles-ci, la faiblesse accusée en matière de fonds propres, l'absence ou l'insuffisance, dans certains cas, de garanties à présenter à la banque par les promoteurs.

Des dispositifs de garantie des crédits bancaires d'investissement sont mis en place par les pouvoirs publics pour pallier à ces difficultés dont essentiellement.

#### *3.1\_ Le fonds de garantie mutuelle des micros crédits*

Le Fonds de Garantie Mutuelle des Micro Crédits (FGMMC) a été créé selon le décret exécutif 04-16 du 22-01-2004<sup>104</sup>.

Le fonds a pour objet de garantir les microcrédits accordés par les banques et les établissements financiers adhérents au fonds, aux bénéficiaires ayant obtenu la notification des aides de l'agence nationale de gestion du microcrédit (ANGEM).<sup>105</sup>

Le FGMMC couvre, à la diligence des banques et établissements financiers concernés, les créances restant dues en principal et les intérêts à la date de déclaration du sinistre et à hauteur de 85%.

Dans le cadre de la mise en œuvre de la garantie, le FGMMC est subrogé dans les droits des banques et des établissements financiers, compte tenu éventuellement, des échéances remboursées et à hauteur du montant de la couverture du risque.

<sup>104</sup> \_ Ministère de la solidarité nationale, de la famille et de la condition de la femme, Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit ANGEM, financement, [http://www.angem.dz/fr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=177&Itemid=132](http://www.angem.dz/fr/index.php?option=com_content&view=article&id=177&Itemid=132) (visiter le 24/04/2014)

<sup>105</sup> \_ Guide du créateur d'entreprise, op.cit, P 9.



### *3.2\_ Le fonds de caution mutuelle de garantie risques/crédits jeunes promoteurs*<sup>106</sup>

Le fonds a été créé selon le décret exécutif n°98-200 du 09 juin 1998 portant création et fixant les statuts du fond de caution mutuelle de garantie risque/crédits jeunes promoteurs, son rôle est pour conforter davantage les banques dans la prise des risques inhérents au financement des entreprises créées dans le cadre des dispositifs ANSEJ.

La garantie du fonds complète celles déjà prévues par le dispositif, à savoir :

- \_ Le nantissement des équipements et/ou le gage du matériel roulant au profit des banques au 1<sup>er</sup> rang et au profit de l'ANSEJ au 2<sup>ème</sup> rang.
- \_ L'assurance multirisque subrogée au profit de la banque.
- \_ Le montant de la cotisation du Fonds est calculé sur la base du crédit bancaire accordé (0.35%°) du montant du crédit accordé.

### *3.3\_ Le fonds de caution mutuelle de garantie risques/crédits des investissements des chômeurs promoteurs âgés de 35 à 50 ans*<sup>107</sup>

Le fonds a été créé selon le décret n°04-03 du 03 janvier 2004 portant création et fixant statut du fonds de caution mutuelle de garantie des risques crédits des investissements des chômeurs promoteurs âgés de 35 à 50 ans, son rôle est pour conforter davantage les banques dans la prise des risques inhérents au financement des entreprises créées dans le cadre des dispositifs CNAC.

La garantie du fonds complète celles déjà prévues par le dispositif, à savoir :

- \_ Le nantissement des équipements et/ou le gage du matériel roulants au profit des banques au 1<sup>er</sup> rang et au profit de CNAC au 2<sup>ème</sup> rang.
- \_ L'assurance multirisque subrogée au profit de la banque.
- \_ Le montant de la cotisation au fonds est calculé sur la base du crédit bancaire accord, (0.35%) du montant du crédit accordé.

<sup>106</sup> \_ Guide du créateur d'entreprise, op.cit, P 9.

<sup>107</sup> \_ Guide du créateur d'entreprise, Ibid. P 9.

### 3.4\_ Le fonds de garantie des crédits aux PME (FGAR) <sup>108</sup>

Le fonds a été créé selon le décret n° 02-373 du 11/11/2002 en application de la loi d'orientation sur les PME. Il est opérationnel depuis avril 2004.

Le fonds de garantie des crédits aux PME (FGAR), est une institution publique, conçue pour faciliter l'accès des PME aux financements bancaires lors du lancement de projets de création ou d'extension d'activité, en accordant des garanties de crédits aux banques, à l'effet de compléter le montage financier des projets.

La garantie FGAR vient en complément des garanties réelles exigées par la banque auprès de ses clients pour la mobilisation des crédits octroyés. Cette garantie comble l'insuffisance des garanties immobilières et nantissement des équipements et dans certains cas les remplace.

#### Modalités de la couverture <sup>109</sup>

La garantie du FGAR couvre un taux du solde du capital du crédit consenti par la banque. Ce pourcentage est établi pour chaque projet. Il est précisé dans le certificat de garantie émis par le FGAR à la banque.

- Le taux de garantie est plafonné à un maximum de 80% du crédit. Ce taux est calculé pour chaque projet selon le coût et le risque.
- Le montant minimal de la garantie par projet est de 5 millions DA et le montant maximal est de 50 millions DA. Le montant maximal de 50 millions DA désigne la garantie accordée et non le coût du projet.
- La durée maximale de la garantie est fixée à 7 ans pour un crédit d'investissement classique et 10 ans pour un crédit bail (leasing).
- La banque demandera des suretés sur les actifs prévus au financement du projet.
- Un plan d'affaires détaillé selon les normes du FGAR est requis.
- La garantie n'est offerte qu'après l'analyse du projet par le FGAR.

<sup>108</sup> \_ Abdelmalek Fatima Zahra, op.cit, P 65.

<sup>109</sup> \_ Fonds de Garantie des Crédits aux PME, les modalités de la couverture,

[http://www.fgar.dz/index.php?option=com\\_content&task=view&id=33&Itemid=36](http://www.fgar.dz/index.php?option=com_content&task=view&id=33&Itemid=36) (visiter le 24/04/2014).



**Coût liés à la couverture de la garantie** <sup>110</sup>

Une commission d'étude est fixée par le FGAR pour la couverture des frais d'étude du dossier d'un montant de 20 000.00 DA en hors taxes.

Une commission d'engagement sous forme de prime unique calculée annuellement sur la base de l'encours de la garantie et payable en une seule fois à la délivrance du certificat de garantie, selon la tarification suivante :

- 1% par an du montant de l'encours de la garantie du crédit d'investissement.
- 0.50 % du montant l'encours de la garantie du crédit bail.

**3.5\_ La caisse de Garantie des crédits d'investissement (CGCI)** <sup>111</sup>

La Caisse de Garantie des crédits d'investissement est une institution publique mise en place pour soutenir la création et le développement de la PME en lui facilitant l'accès au crédit, elle a été créée par le décret Présidentiel 04 - 134 du 19 avril 2004 portants statuts de la Caisse.

La CGCI-PME a pour vocation de couvrir les risques attachés aux crédits d'investissement consentis aux PME. Elle couvre les risques d'insolvabilité, encourus par les banques, sur les crédits consentis aux PME et complète les autres dispositifs d'aide au financement bancaire de la PME constitués par le FGAR et le Fonds de Caution Mutuelle. La limite de la garantie est plafonnée à 250 millions de DA pour un montant maximum du crédit de 350 millions de DA. La garantie n'est offerte qu'après l'analyse du projet par la CGCI. La garantie définitive ne peut être octroyée qu'après la notification de l'accord de financement au promoteur par la banque.

Elle est dotée d'un capital social autorisé de 30 milliards DA, souscrit à concurrence de 20 milliards DA, détenu à hauteur de :<sup>112</sup>

Banques publiques : <b>BNA, BEA, CPA, BDL, BADR et CNEP banque</b>	<b>40%</b>
Trésor Public	<b>60%</b>

<sup>110</sup> \_ Fonds de Garantie des Crédits aux PME, les modalités de la couverture, op.cit.

<sup>111</sup> \_ Abdelmalek Fatima Zahra, op.cit, P 66.

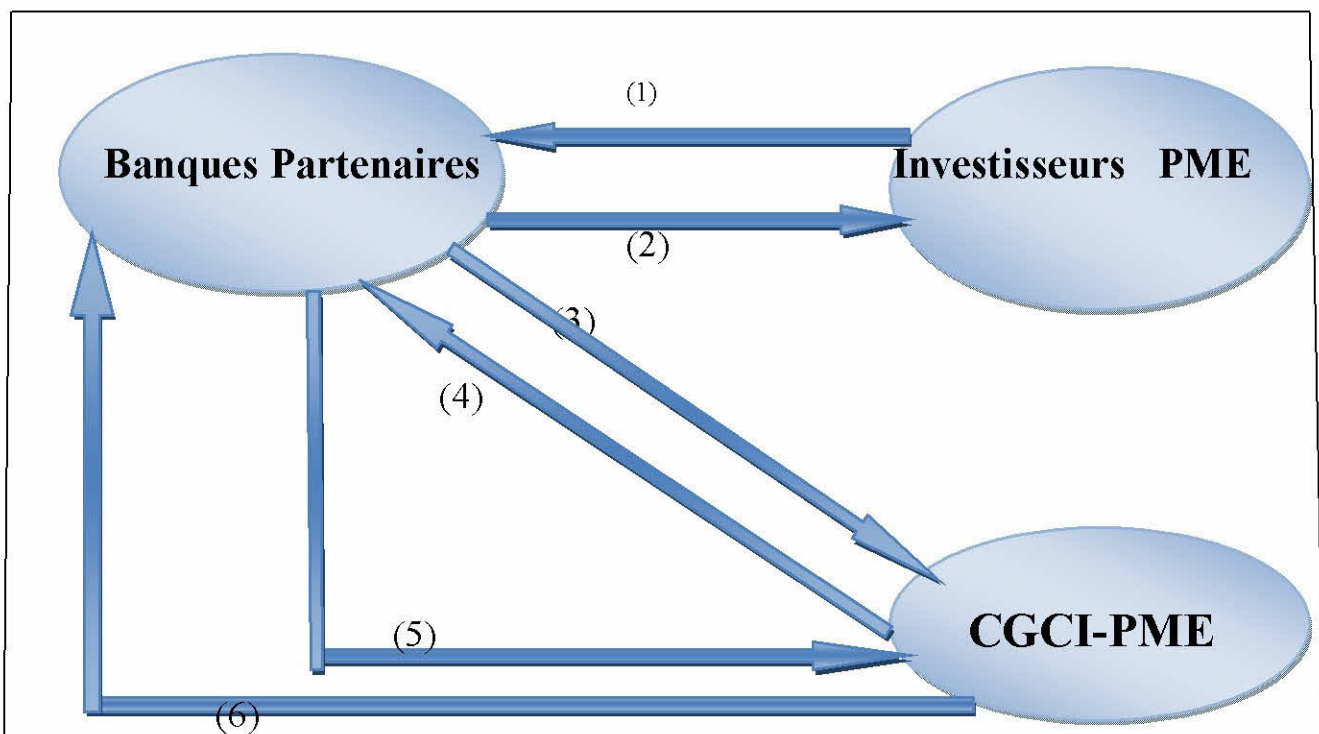
<sup>112</sup> \_ Site officiel de la CGCI : [www.cgci.dz](http://www.cgci.dz) (visiter le 24/04/2014)

**Modalité d'intervention**

Relation CGCI-Banque-PME :<sup>113</sup>

- 1<sup>er</sup> principe: la CGCI n'a aucune relation directe avec la PME, elle s'interdit, pour ne pas l'altérer, d'intervenir dans la relation de la banque avec son client.
- 2<sup>ème</sup> principe : la CGCI ne garantit que les financements d'investissement PME qui génèrent de la valeur ajoutée de façon pérenne (projets viable et rentables) les activités agricole, les activités de la pêche ainsi que les activités commerciales et les crédits à la consommation sont exclus de son champ d'intervention.

Figure 2 : Relation CGCI-Banque-PME



Source : site officiel de la CGCI op.cit.

La flèche n° (1) : la présentation du dossier crédit par les investisseurs PME.

La flèche n°(2) : l'accord de financement entre les banques partenaires et les investisseurs PME.

La flèche n°(3) : la demande de garantie par les banques à la CGCI-PME.

<sup>113</sup> \_ Site officiel de la CGCI, op.cit.



La flèche n°(4) : la notification de l'accord de garantie entre les banques et la CGCI-PME.

La flèche n°(5) : l'envoi de l'échéance de remboursement du crédit par les banques.

La flèche n°(6) : notification mise en œuvre de la garantie.

### Le mode opératoire <sup>114</sup>

La CGCI garantit à la banque, le remboursement des crédits d'investissement contractés par la PME, sous formes :

- CMT classique : 7 ans de maturité dont 2 ans de différé.
- Crédits Bails : mobilier et immobilier jusqu'à 10 ans de maturité.

\_ Le montant du crédit éligible à la garantie est fixé à 350 millions DA.

\_ Le niveau maximum de la garantie est plafonné à 250 millions de DA.

\_ Le taux de couverture (quotité) de la créance impayée est de :

- 80% pour les investissements de création.
- 60% pour les investissements de développement.

\_ La garantie est offerte aux banques, en contrepartie d'une prime à la charge des promoteurs de 0.5% l'an, calculée sur l'encours restant dû et payable annuellement ou si la banque le souhaite, en flat dès la mobilisation du crédit et pour toute sa durée.

\_ Deux échéances impayées confirment la survenance du risque (sinistre).

La banque dispose de 60 jours pour mettre en jeu la garantie financière.

\_ Le paiement du sinistre intervient 30 jours après la déclaration de l'établissement de crédit.

---

<sup>114</sup> \_ Site officiel de la CGCI, op.cit.

### **▣ Nombre de projets PME garantie au 30/06/2013**

Tableau 5 : Nombre de projets PME garantie

<b>Région</b>	<b>Nombre de dossiers</b>	<b>%</b>
<b>Centre</b>	220	35%
<b>EST</b>	247	41%
<b>OUEST</b>	90	14%
<b>SUD</b>	64	10%
<b><u>TOTAL</u></b>	<b>621</b>	<b>100%</b>

Source : site officiel de la CGCI op.cit.

Le tableau présente que la région centre et est occupent la pole position avec 35% et 41%, alors que la région ouest et sud restent loin.

### ***3.6\_ Les sociétés de capital investissement***<sup>115</sup>

Le capital investissement a été créé selon la loi n°06-11 du 24 juin 2006 relative à la société de capital risque investissement. C'est une technique de financement par des prises de participations minoritaires et temporaires dans le capital d'une société. Il prend plusieurs formes dont :

- Le capital risque pour financer la création d'entreprise.
- Le capital développement destiné au financement du développement de l'entreprise.

L'intervention de la société de capital investissement permet de renforcer les fonds propres de la société financée et par la même améliorer les capacités d'endettement auprès des banques.

L'autre avantage du capital investissement pour un jeune promoteur est celui d'être associé à un partenaire financier apportant également une expertise et des compétences managériales.

L'intervention de la société de capital investissement se fait sans prise de garanties réelles ou personnelles, et de ce fait elle partage les pertes et les profits à concurrence de sa participation.

La loi en Algérie, fixe à la société de capital investissement au taux maximal de participation de 49% au capital de la société et une durée de participation qui varie entre 5 et 7 ans.

<sup>115</sup> \_ Guide du créateur d'entreprise, op.cit, P 9- 10.



Six sociétés de capital-risque sont opérationnelles ou en cours de constitution. Ce sont toutes des filiales des banques publiques, BADR, BNA, BEA, BDL, CPA, BAD.

La procédure que les porteurs de projets doivent suivre pour bénéficier d'un financement est la même, qu'il s'agisse de création d'une entreprise, d'une extension d'activité ou de rachat d'une société.

Les promoteurs peuvent faire appel à une de ces sociétés d'investissement pour une prise de participation dans le capital de l'entreprise à créer. Ils peuvent trouver les orientations et informations précises dans ce sens au niveau des agences des banques publiques de leurs lieux de résidence.

## **4 Les structures d'appui et d'animation économique locale**

### ***4.1\_ Les pépinières d'entreprise*** <sup>116</sup>

La pépinière d'entreprise, dénommée également incubateur est une structure publique d'appui, d'accueil, d'accompagnement et de soutien aux promoteurs de projets, mise en place par le ministère de la PME par la loi n°01-18 portant loi d'orientation sur la promotion de la PME.

L'assistance apportée aux promoteurs consiste essentiellement à :

\_ Héberger à durée déterminée les promoteurs de projets et offrir les services suivants :

- Des bureaux ou locaux à durée déterminée.
- Un mobilier bureautique et matériel informatique.
- Documentation, moyens de communication et de reprographie, réseau internet, fax téléphone, photocopie et tirage.

\_ Accompagner les promoteurs de projets dans toutes les démarches auprès :

- Des institutions financières.
- Des fonds d'aide et de soutien.
- Wilaya, communes et autres organismes en rapport avec leurs projets.

<sup>116</sup> \_ Site officiel de la pépinière d'entreprise d'Oran : <http://www.pepiniere-entreprises-oran/> (visiter le 24/04/2014)

\_ Offrir les conseils personnalisés au plan financier, juridique, fiscal, commercial et technique.

\_ Organiser toute forme d'animation, d'assistance, de formation spécifique et de suivi des porteurs de projets jusqu'à maturation et création de leur entreprise.

04 pépinières sont aujourd'hui opérationnelles, elles activent au niveau des villes suivantes : Oran, Annaba, Ghardaïa et Bordj Bouariridj.

Candidats à la pépinière d'entreprise sont :

- Diplômés universitaires
- Diplômés de la formation spécialisée
- Toutes branches confondues

#### *4.2\_ Les centres de facilitation*<sup>117</sup>

Le centre de facilitation est une institution publique créée par le ministère de la PME par la loi n°01-18 portant loi d'orientation sur la promotion de la PME, pour accompagner les porteurs de projets dans les phases de création, de démarrage et de développement de leurs entreprises.

L'assistance qu'il offre aux promoteurs consiste en :

\_ Information et orientation vers les dispositifs les plus adéquats eus égard au profil du promoteur, nature du projet, et niveaux de financement exigés (ANGEM, ANSEJ, CNAC ou ANDI).

\_ Accompagnement dans la réalisation des démarches administratives : aider les promoteurs à surmonter les obstacles et les difficultés rencontrées lors des formalités administratives et entretenir ainsi leur motivation.

\_ Conseil, coaching et formation en management d'entreprise, pour faire acquérir aux promoteurs non expérimentés les fondamentaux de la bonne gestion d'entreprise et optimiser ainsi leurs chance de succès.

\_ 10 centres de facilitation sont aujourd'hui opérationnels au niveau de Tamanrasset, Adrar, Bordj bouariridj, Illizi, Tipaza, Oran, Jijel, Djelfa, Tindouf, Naama.

<sup>117</sup> \_ Guide du créateur d'entreprise, op.cit, P 11.



## ◆ **Section II : L'Agence Nationale pour le Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ) comme mode de financement de notre projet**

L'Agence Nationale pour le Soutien à l'Emploi des Jeunes est la structure la plus active que l'Etat a créé pour soutenir les jeunes porteurs de projets et leur fournir le capital et l'accompagnement pour la création de leurs propres entreprises, ces dernières soient micro ou petites entreprises, en raison liée au nombre de poste d'emploi pourront être créés et au montant du capital requis.

### **1\_ Aperçu générale sur l'ANSEJ**

#### ***1.1\_ La création du dispositif ANSEJ***

Agence Nationale de soutien à l'emploi des jeunes c'est une institution publique a été créée en 1996 selon le décret présidentiel n° 96-234 du 02 juillet 1996 relatif au soutien de l'emploi des jeunes<sup>118</sup>. ANSEJ, C'est un dispositif placé sous la tutelle du Ministère du travail, de l'Emploi et de la Sécurité Sociale. Cette institution vise l'accompagnement des jeunes chômeurs (19 à 35 ans) pour la création et l'extension de micro-entreprises de production de biens et de services.

Cette institution développe des actions de promotion et de diffusion de l'esprit entrepreneurial et accorde des aides financières et avantages fiscaux durant toutes les étapes de l'accompagnement en agissant en coordination avec les banques publiques.

#### ***1.2\_ Les missions du dispositif ANSEJ***<sup>119</sup>

\_ Soutenir, conseiller et accompagner les jeunes promoteurs dans le cadre de la mise en œuvre de leurs projets d'investissement.

\_ Gérer, conformément à la législation et à la réglementation en vigueur, les dotations du Fonds National de Soutien à l'Emploi des Jeunes, notamment les aides et la bonification des taux d'intérêt, dans la limite des enveloppes mises à sa disposition par le Ministre chargé du Travail et de l'Emploi.

<sup>118</sup> \_ Guide du créateur d'entreprise, op.cit, P7.

<sup>119</sup> \_ Site officiel de l'ANSEJ: <http://www.ansej.org.dz/ANSEJEnBref.aspx> (visiter le 26/04/2014)

\_ D'assurer le suivi des investissements réalisés par les jeunes promoteurs en veillant au respect des clauses des cahiers des charges qui les lient à l'agence et en les assistant.

\_ D'entretenir des relations continues avec les banques et les établissements financiers dans le cadre du montage financier des projets, de la mise en œuvre du schéma de financement, du suivi de la réalisation et de l'exploitation des projets.

### *1.3\_ Les conditions d'éligibilité au dispositif ANSEJ*<sup>120</sup>

\_ Etre chômeur.

\_ Etre âgé entre 19 et 35 ans. Lorsque l'investissement génère au moins trois (03) emplois permanents, l'âge limite du gérant de l'entreprise créée pourra être porté à quarante (40) ans.

\_ Avoir une qualification professionnelle ou un savoir faire en relation avec l'activité envisagée.

\_ Mobiliser un apport personnel pour le financement du projet.

### *1.4\_ Les dossiers à fournir pour accéder au dispositif ANSEJ*<sup>121</sup>

#### **Volet administratif**

- Un extrait de l'acte de naissance n°13 portant le numéro d'acte de naissance.
- Une copie de la carte nationale d'identité ou un (01) certificat de nationalité.
- Une copie légalisée de la pièce justificative de la qualification (diplôme, certificat de travail...)
- Une (01) fiche de résidence.
- Une (01) photo.
- Déclaration sur l'honneur
- Carte de l'ANEM-en cours de validité.

#### **Volet financier**

- Une facture proforma des équipements (en hors taxes).
- Une facture proforma d'assurance tous risques des équipements en TTC.
- Un devis d'aménagement des locaux (en hors taxes), s'il y a lieu.

<sup>120</sup> \_ Guide du créateur d'entreprise, op.cit, P13.

<sup>121</sup> \_ Site officiel de l'ANSEJ: <http://www.ansej.org.dz/Download/dossier.pdf> (visiter le 26/04/2014)



**Dossier à fournir pour vérifier votre situation vis-à-vis de la**

**(CNAS et CASNOS)**

- Deux extraits de naissance n°13 portant le numéro d'acte de naissance.
- Un extrait de rôles.

**2 Le financement des micro-entreprises via le dispositif ANSEJ et les avantages fiscaux**

***2.1\_ les modalités de financement***<sup>122</sup>

Le coût de l'investissement ne peut dépasser 10 millions de DA pour les deux formules de financement prévues dans le cadre du dispositif ANSEJ.

**Le financement triangulaire**

C'est une formule dont l'apport financier du ou des jeunes promoteurs est complété par un prêt sans intérêt accordé par l'ANSEJ et par un crédit bancaire.

Ce type de financement est structuré sur deux niveaux :

- **Niveau 1:** le montant d'investissement jusqu'à 5.000.000 DA

<i>Apport personnel</i>	<i>Crédit sans intérêt (ANSEJ)</i>	<i>Crédit bancaire</i>
<i>1%</i>	<i>29%</i>	<i>70%</i>

- **Niveau 2:** le montant de l'investissement de 5.000.001 DA à 10.000.000 DA

<i>Apport personnel</i>	<i>Crédit sans intérêt (ANSEJ)</i>	<i>Crédit bancaire</i>
<i>2%</i>	<i>28%</i>	<i>70%</i>

<sup>122</sup> \_ Ministère du Travail, de l'Emploi et de la Sécurité Social, ANSEJ, Guide de création de la micro-entreprise : <http://www.ansej.org.dz/Download%5CGuideFr.pdf> , P 6, (visiter le 26/04/2014)

### Le financement mixte

Dans ce type de financement l'apport financier du ou des jeunes promoteurs est complété par un prêt sans intérêts accordé par l'ANSEJ.

La structure de ce type de financement est répartie en deux niveaux:

- **Niveau 1:** montant de l'investissement jusqu'à 5.000.000 DA.

Apport personnel	Prêt sans intérêt (ANSEJ)
71%	29%

- **Niveau 2:** le montant d'investissement de 5.000.001 DA à 10.000.000 DA.

Apport personnel	Prêt sans intérêt (ANSEJ)
72%	28%

## *2.2\_ Les aides financières et les avantages fiscaux<sup>123</sup>*

Ces aides financières et avantages fiscaux sont accordés sur deux phases:

### Phase réalisation

#### *a\_ Les aides financières*

\_ Le prêt sans intérêts : c'est un prêt à long terme sans intérêt, accordé par l'ANSEJ à la micro-entreprise.

\_ La bonification des taux d'intérêts du crédit bancaire : dans le cadre du financement triangulaire, l'ANSEJ prend en charge une partie des intérêts du crédit bancaire. Le niveau de la bonification varie selon la nature et la localisation de l'activité.

Bonification des taux d'intérêt bancaire:

<sup>123</sup> \_ Ministère du Travail, de l'Emploi et de la Sécurité Social, ANSEJ, Guide de création de la micro-entreprise , P 7-8, op.cit.



	Les zones	Zones spécifiques	Autres zones
Les secteurs			
Secteurs prioritaires		95%	80%
Autres secteurs		80%	60%

**Secteurs prioritaires** : agriculture, hydraulique et pêche

#### b\_ *Les avantages fiscaux*

\_ Franchise de la TVA pour l'acquisition de biens d'équipements et de services entrant directement dans la réalisation de l'investissement.

\_ Application du taux réduit de 5% en matière de droits de douane pour les biens d'équipement importés entrant directement dans la réalisation de l'investissement.

\_ Exemption du droit de mutation à titre onéreux sur les acquisitions immobilières effectuées dans le cadre de la création de l'activité.

\_ Exonération des droits d'enregistrement sur les actes constitutifs des micro-entreprises.

#### Phase exploitation

Elle comprend :

**a\_** des avantages fiscaux accordés à la micro-entreprise pour une période de trois (03) ans à partir du démarrage de l'activité ou de six (06) ans quand le projet est implanté dans une zone spécifique.

\_ Cette période d'exonération est protégée de deux (02) années lorsque le jeune promoteur s'engage à recruter au moins trois (03) employés pour une durée indéterminée.

Ces avantages concernent :

- Exonération totale de l'IBS, de l'IRG et de la TAP.
- Exonération de la taxe foncière sur les constructions et additions de constructions destinées aux activités des micro-entreprises.

**b** Exonération de la caution de bonne exécution pour les artisans et les petites entreprises lorsqu'ils interviennent dans la restauration des biens culturels.

### **3 l'accompagnement assuré par le dispositif ANSEJ**

#### ***3.1\_ Les procédures d'obtention du financement***<sup>124</sup>

Dans la phase de création:

##### 1\_ Dépôt du dossier à l'ANSEJ:

- Retrait du dossier à fournir au niveau de l'antenne.
- Préparation du dossier.
- Dépôt du dossier à l'antenne locale de l'ANSEJ.
- Etude du projet par l'antenne.
- Elaboration de l'étude technico-économique (business plan) et des bilans prévisionnels.
- Notification de l'attestation d'éligibilité par l'ANSEJ au promoteur.

##### 2\_ Dépôt du dossier à la banque :

- Dépôt de l'attestation d'éligibilité accompagnée du dossier à la banque (bilans prévisionnels+ étude technico-économique+ dossier administratif)
- Etude du dossier par la banque.
- Négociation du crédit bancaire par le promoteur avec la banque.
- Notification de l'accord bancaire.

##### 3\_ Création juridique de la micro-entreprise :

- Pour le financement triangulaire :
  - \_ retrait de l'accord bancaire.
  - \_ Dépôt de l'accord à l'antenne de l'ANSEJ.
  - \_ Création juridique de la micro-entreprise (registre de commerce personne physique ou statuts et registre de commerce personne morale (quand il s'agit de société d'un ou plusieurs associés).
  - \_ Ouverture d'un compte commercial au niveau de la banque.
  - \_ Versement de l'apport personnel au compte commercial ouvert.
- Pour le financement mixte :

<sup>124</sup> \_ Site officiel de l'ANSEJ: <http://www.ansej.org.dz> (visiter le 26/04/2014)



\_ Création juridique de la micro-entreprise (registre de commerce pour une personne physique ou statuts et registre de commerce pour une personne morale (quand il s'agit de société d'un ou plusieurs associés)

\_ Ouverture d'un compte commercial au niveau de la banque.

\_ Versement de l'apport personnel au compte commercial ouvert.

4 \_ Notification des avantages liés à la phase réalisation :

- Remise des documents à l'ANSEJ (accord bancaire, reçu de versement de l'apport personnel, RC...)
- Notification des avantages liés à la phase réalisation.
- Signature du cahier de charge et billets à ordre par le promoteur.
- Virement par l'ANSEJ du prêt non rémunéré au compte commercial ouvert auprès de la banque.

5 \_ Réalisation du projet :

- Recueil des garanties par la banque (nantissement des équipements, signature convention de crédit et billets à ordre).
- Retrait des chèques de banque libellés aux noms des fournisseurs.
- Commande des équipements et services prévus dans la structure d'investissement.
- Enlèvement et installation des équipements.

6 \_ Notification des avantages liés à la phase exploitation :

- Retour du promoteur à l'ANSEJ.
- Constat de démarrage de l'activité par l'antenne de l'ANSEJ.
- Notification des avantages liés à la phase exploitation.
- Entrée en exploitation.

7 \_ Entrée en exploitation :

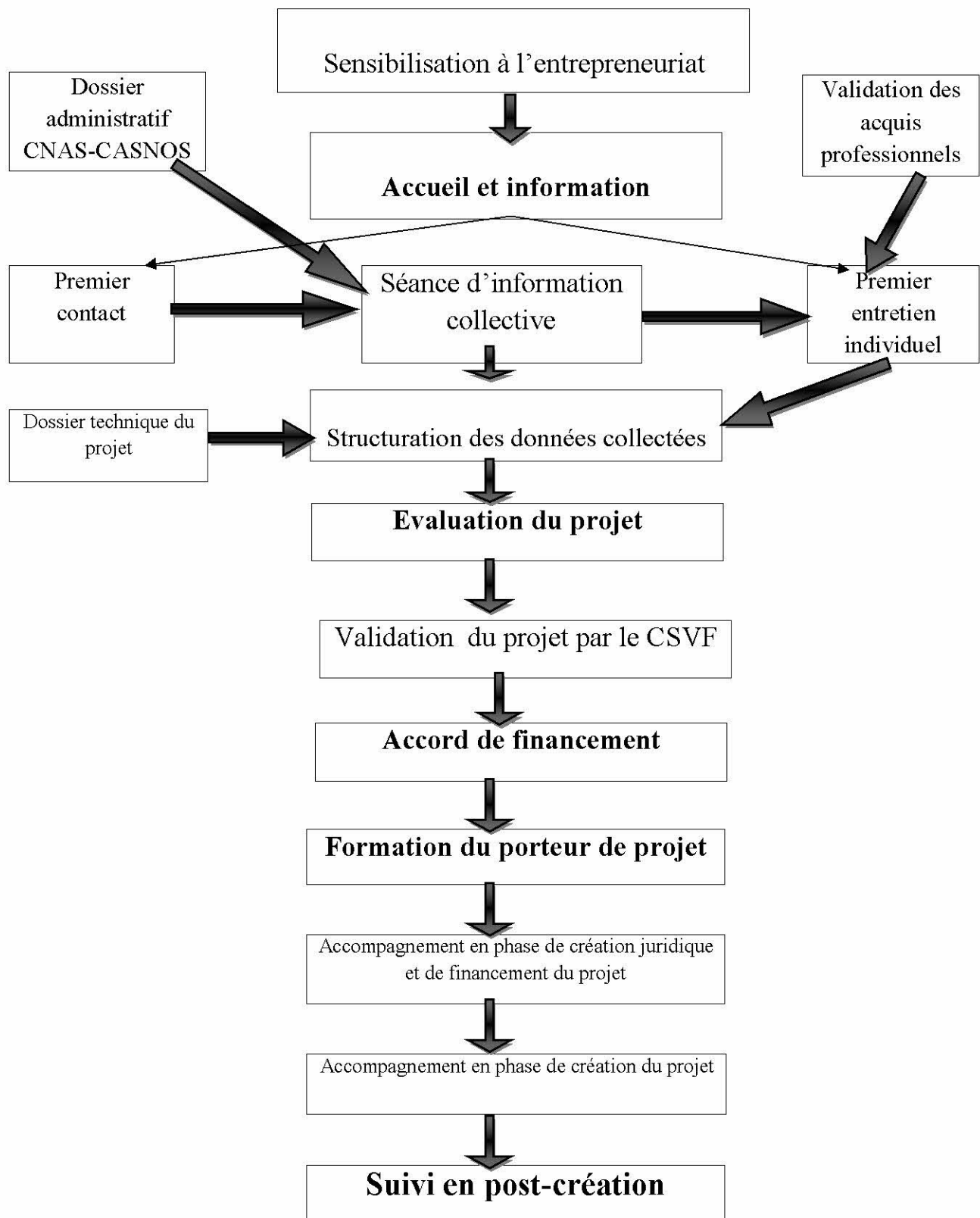
- Démarrage de l'activité.
- Ecoulement du produit ou service.
- Poursuite de l'accompagnement par les services de l'antenne ANSEJ.
- Suivi périodique du projet par l'ANSEJ.

### *3.2\_ les étapes de l'accompagnement*

Le dispositif ANSEJ offre des services tels que: l'accueil, l'information, l'orientation et le conseil durant tout le processus de création et de l'extension de la micro entreprise, ainsi que le suivi en phase d'exploitation de l'activité. Des équipes d'accompagnateurs ont été formées spécialement pour aider les promoteurs et les accompagner dans la création et le développement de l'entreprise.



Figure 3: Les étapes de l'accompagnement



CSVF : comité de Sélection, de Validation et de Financement des projets

Source : <http://www.ansej.org.dz/Download/DepliantANSEJFr.pdf> (visiter le 26/04/2014)

Le dispositif ANSEJ a conçu un programme de formation répondant aux besoins et difficultés généralement détectés chez les jeunes porteurs de projets.

Il leur permet de découvrir, grâce à une méthode simple et pratique, les principes de base pour faire démarrer et gérer leur micro entreprise.

Aujourd'hui, chaque antenne locale dispose d'un formateur ayant bénéficié d'une formation sur la pédagogie ainsi que sur le contenu des modules.

La programmation des sessions et la mise en œuvre de la formation sont gérées localement par le formateur en concertation avec le directeur d'antenne.

Le programme de formation des jeunes promoteurs comporte quatre modules:

\_ Module création : procédure de création en relation avec l'environnement économique et social.

\_ Module marketing : étude de marché.

\_ Module fiscalité : procédures et bases de l'impôt.

\_ Module planification financière : budget, gestion de la trésorerie, analyse des charges et des produits.

## **4\_ Les réalisations du dispositif ANSEJ en chiffres**

### ***4.1\_ Projets financés par genre depuis la création au 30/06/2013***



Tableau 6: Statistiques des projets financés par genre

Secteurs d'activité	Projets financés	Hommes	Femmes
Services	169.803	151.893	17.910
Artisanat	33.312	27.470	5.842
Agriculture	29.456	28.114	1.342
BTPH	19.944	19.427	517
Industrie	17.773	15.852	1.921
<b>Total</b>	<b>270.288</b>	<b>242.756</b>	<b>27.532</b>

Source : site officiel de l'ANSEJ, <http://www.ansej.org.dz/Download/Stat.pdf> (visiter le 26/04/2014)

#### *4.2\_ Projets financés par secteur d'activité depuis la création au 30/06/2013*

Tableau 7: Statistiques des projets financés par secteur

Secteur d'activité	Projets financé	Emplois au démarrage
Services	169.803	363.115
Artisanat	33.312	102.884
Agriculture	29.456	75.275
BTPH	19.944	65.354
Industrie	17.773	54.307
<b>Total</b>	<b>270.288</b>	<b>660.935</b>

Source : site officiel de l'ANSEJ, <http://www.ansej.org.dz/Download/Stat.pdf> (visiter le 26/04/2014)

## **Conclusion**

Malgré la pluralité des structures et des programmes d'appui mise en œuvre par les autorités publiques en faveur de l'investissement privé, ce secteur reste peu développé. Les PME semblent toujours entravées par la contrainte du financement.

Dégeler les canaux de crédit pour les PME, c'est leur permettre d'embaucher, de se développer, et d'innover. Pour faire, des réformes prioritaires devraient avoir pour objectif la modernisation du secteur financier algérien.

Le mode de financement choisi pour financier notre projet c'est le dispositif ANSEJ, parce qu'il assure des mesures d'accompagnements et il fournit des formations avant de se lancer dans l'activité, en outre l'apport personnel exigé au postulant au crédit a été revu à 1% du montant global du projet d'activité lorsque celui-ci est inférieur ou égal à 5 millions de DA, et à 2% du montant global du projet d'activité lorsque celui-ci se situe entre 5 millions et 10 millions de DA. Il était de l'ordre de 5 et 10% auparavant.

À noter que l'apport de la banque ne sera remboursé qu'à partir de la deuxième année, et que l'entreprise créée sera exonérée d'impôts durant 3 ans. L'ANSEJ se contentera d'être la garante de notre solvabilité auprès de la banque qui prêtera les fonds nécessaires.



# ***TROISIEME CHAPITRE***

## ***Business Plan De La***

### ***Boutique JASMIN***

#### **Chapitre III : Business plan de la boutique JASMIN**

##### **Introduction :**

##### **◆ Section I : L'analyse du questionnaire**

- 1\_ Segmentation de la clientèle potentielle
- 2\_ La culture et l'achat des fleurs
- 3\_ L'installation d'un fleuriste

##### **◆ Section II : Business plan**

- 1\_ Présentation du projet
- 2\_ L'élément de l'étude commerciale
- 3\_ L'élément de l'étude technico-économique

##### **Conclusion :**

## **Introduction**

Le business plan décrit le projet d'activité, détermine sa faisabilité et sa rentabilité, fixe ses objectifs, et enfin définit ses besoins en ressources matérielles, humaines et financières. Il s'effectue avant d'entreprendre la création d'une entreprise ou à l'occasion du développement d'une nouvelle activité.

Indispensable à toute recherche de financement, il est utile pour tous les types et toutes les tailles d'entreprises pour poser une stratégie.

Il sera le document de référence, capable de fournir les renseignements complets sur les points essentiels de l'activité. Il sert à réfléchir et à informer mais aussi à convaincre.

Il requiert donc une rédaction concise et précise, mettant en évidence les points clés.

Ce chapitre est réparti en deux sections ; la première section est réservée pour l'analyse du questionnaire, quelle est établie avec le logiciel SPSS et la deuxième section va nous permettre de présenter la boutique JASMIN sous forme un business plan.



## ◆ Section I : L'analyse du questionnaire

Sans marché, pas de clients et donc pas d'entreprise. L'étude de marché est un passage pour la création d'entreprise. Elle nous permet d'identifier l'information dont nous avons besoin, la trouver, l'analyser puis l'utiliser.

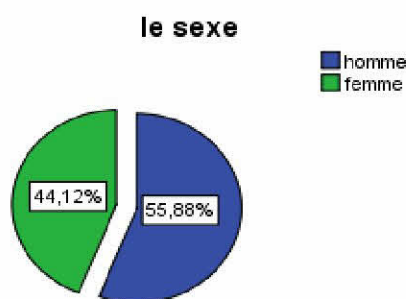
On a réalisé une enquête qui consiste précisément à diffuser un questionnaire de 68 échantillons auprès de personnes ayant le profil de nos clients potentiels. Les résultats obtenus sont analysés avec le logiciel SPSS.

### 1\_ Segmentation de la clientèle potentielle

#### *1.1\_ Le sexe*

Tous le monde savent que la majorité des femmes aiment les fleurs, cette enquête présente un pourcentage de 44.12% des femmes et un pourcentage de 55.88% des hommes.

Figure 4



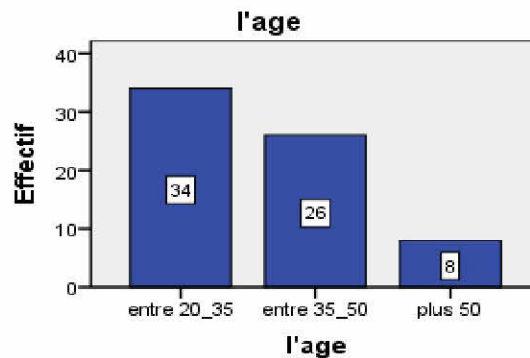
Source : établie par nous même

#### *1.2\_ L'âge*

Cette enquête nous a permis de savoir la segmentation de notre clientèle potentielle, où l'âge de 34 échantillons est entre 20 et 35 ans avec un pourcentage de 50%, et 26 échantillons entre 35 et 50 ans avec un pourcentage

de 38.2% et les 8 échantillons restants plus de 50 ans avec un pourcentage de 11.8%.

Figure 5



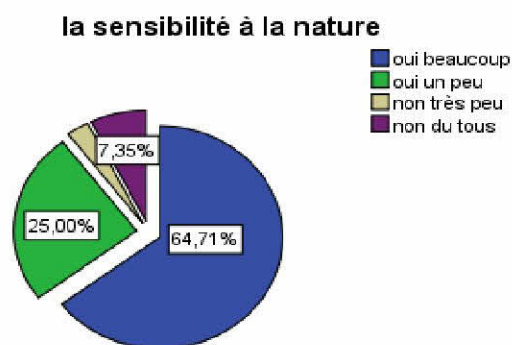
Source : établie par nous même

## 2\_ La culture et l'achat des fleurs

### *2.1\_ la place des fleurs dans notre société*

Les résultats de l'enquête, présentent une catégorie qu'elle est très sensible à la nature avec un pourcentage de 64.71%, contrairement au 2.94% des échantillons qui s'intéressent plus au monde végétal. Tandis que, 92.65% des échantillons considèrent que les fleurs sont des messagères de nos sentiments qu'on ne peut pas les exprimer.

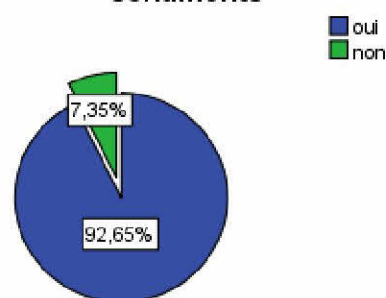
Figure 6



Source : établie par nous même

Figure 7

### **les fleurs sont des messagères de sentiments**



source : établie par nous même

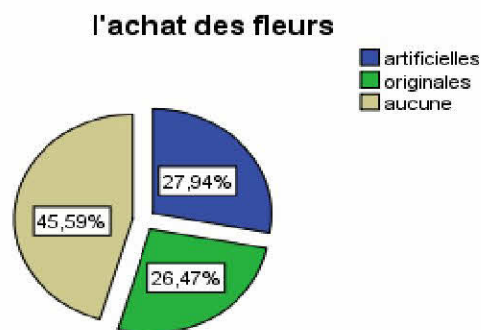
### *2.2\_ L'achat des fleurs*



L'enquête faite, présente une catégorie de 26.47% achète des fleurs originales et une catégorie de 27.94% achète des fleurs artificielles et le pourcentage restant de 45.59% des échantillons n'achètent aucun type de fleurs (originale ou artificielle).

Une catégorie avec un pourcentage de 92.65% affirme que le manque de fleuristes l'empêche d'acheter des fleurs originales.

Figure 8



Source : établie par nous même

### *2.3\_ Type de fleurs demandé*

La rose, c'est le type de fleurs le plus demandé avec un pourcentage de 88.2%, suivi par les jasmins avec un pourcentage de 38.7% puis les narcisses avec un pourcentage de 22.1%, ce dernier pourcentage est faible par rapport à la demande sur la rose. Tandis que, les tulipes, les œillets et les lilas ont eu des demandes faibles, 16.2%, 14.7% et 8.8% respectivement.

Tableau 8 : La variation des types de fleurs

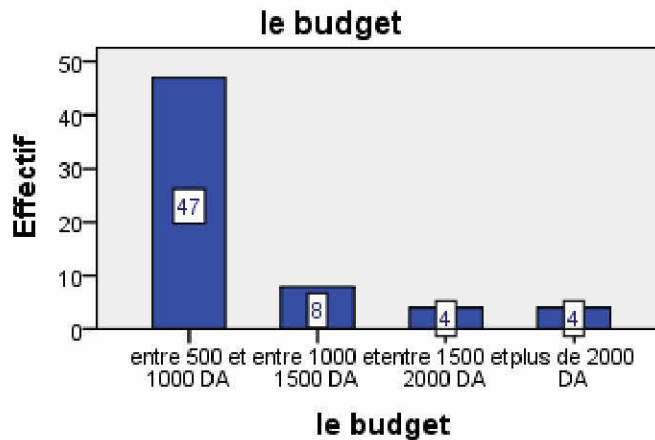
<i>Le type</i>	<i>Rose</i>	<i>Jasmin</i>	<i>Narcisse</i>	<i>Tulipe</i>	<i>Œillet</i>	<i>lilas</i>
<i>Le pourcentage</i>	<b>88.2%</b>	<b>38.7%</b>	<b>22.1%</b>	<b>16.2%</b>	<b>14.7%</b>	<b>8.8%</b>

Source : établie par nous même

### *2.4\_ Le budget à consacrer*

La clientèle potentielle est prête à payer entre 500 DA et 1000 DA pour acheter un bouquet de fleurs avec un pourcentage de 69.1%, et une catégorie de 11.8% est prête à payer avec un budget entre 1000 DA et 1500 DA, puis des pourcentages faibles (5.9% et 5.9%) pour des budgets entre 1500 DA et 2000 DA et plus.

Figure 9



Source : établie par nous même

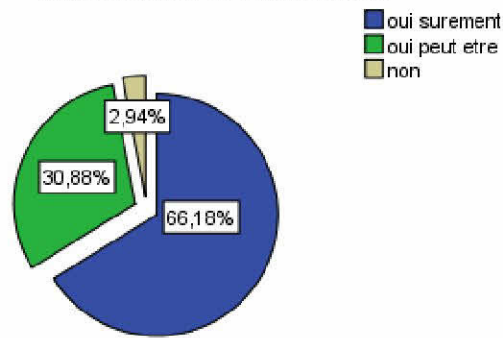
### 3\_ L'installation d'un fleuriste

On a proposé une installation d'un fleuriste dans la ville de Maghnia, les résultats obtenus présentent une catégorie de 66.18% est pour la proposition, tandis qu'un pourcentage de 30.88% des échantillons peut être intéressés par l'installation d'un fleuriste, en dernier le pourcentage des échantillons qui sont contre l'idée est très faible qui présente 2.94%.

Figure 10



**l'installation d'un fleuriste**



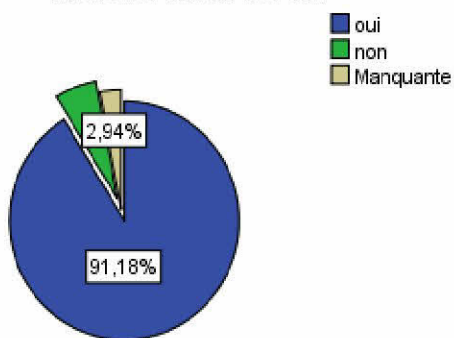
Source : établie par nous même

Une catégorie de 91.18% est intéressée par la décoration florale des fêtes, des mariages... etc.

En outre, une catégorie est intéressée par nos services proposés, de la commande par téléphone et la livraison à domicile avec un pourcentage de 64.71%.

Figure 11

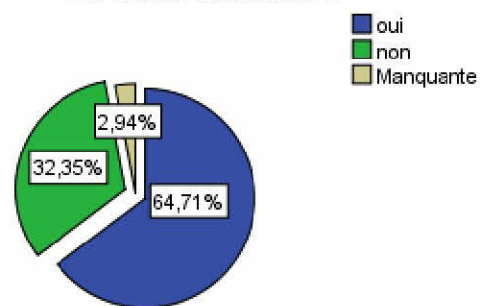
**la décoration florale**



Source : établie par nous même

Figure 12

**la commande par téléphone et la livraison à domicile**



Source : établie par nous même

◆ **Section II : Le business plan**

**1\_ Présentation du projet**

Les formalités de création et les modalités de gestion d'une entreprise individuelle diffèrent en fonction de l'activité exercée par l'entreprise.

Notre projet c'est la réalisation d'une boutique de fleurs « *JASMIN* », ce projet est rattaché au secteur du commerce. Dont, un commerçant est totalement indépendant, donc il n'a de compte à rendre qu'à lui-même. Il bénéficie directement de son travail et le capitalise en développant son entreprise.

**1.1\_ *L'objectif du projet***

- La boutique focalise sur la vente des fleurs soit par unité où sous forme de composition florale (des bouquets).
- Elle base aussi sur les différentes occasions qui entraînent l'achat de fleurs (fête des mères, visite d'un malade, anniversaire... etc.). Notre service est la clef pour satisfaire le client.
- On peut aussi cibler une niche particulière comme les fêtes (les mariages par exemple).



### ***1.2\_ L'importance du projet***

Ce métier donne le sentiment d'être libre. Il n'y a pas l'impression de travailler. Et des demandes variées pour accompagner les gens dans les petits et les grands moments de leur vie, autant de petits bonheurs.

### ***1.3\_ Les compétences du métier***

Notre boutique, la première de son genre sera implantée dans la ville de Maghnia, elle met son savoir-faire pour répondre aux besoins des clients.

Le fleuriste dans la boutique *JASMIN* est tenu de réaliser des compositions florales pour différentes occasions. Dans son espace bien aménagé, le fleuriste doit savoir bien combiner les couleurs et la senteur des compositions, faisant attention à ce que les tiges soient coupées tous les jours afin de conserver la fraîcheur des fleurs. Dans certains cas, le fleuriste est également chargé de s'occuper de l'achat des fleurs et d'autres accessoires, des décorations qui sont nécessaires pour embellir les compositions florales.

### ***1.4\_ La structure juridique***

Pour exercer une activité commerciale, il est nécessaire d'officialiser l'existence de l'activité par une immatriculation au registre du commerce et des sociétés.

- Dans notre entreprise le nombre des actionnaires est limité à un seul (le propriétaire), pour cela notre société sera dénommée une société unipersonnelle à responsabilité limitée (EURL).
- L'entreprise sera financée par le dispositif ANSEJ avec le mode triangulaire (promoteur\_ ANSEJ\_ banque) avec un capital de 1 939 363.65 DA. En outre, elle sera exonérée des impôts pendant trois ans à travers les avantages qu'elle fournit l'ANSEJ.



◆ —————> La forme juridique

EURL

◆ —————> Capital (CA)

1 939 363.65 DA

◆ —————> Prioritaire

Mekkaoui Meryem

◆ —————> Le nom commercial

JASMIN

◆ Activité —————> fleuriste

◆ Situation —————> la ville de MAGHNIA

## **2\_ L'élément de l'étude commerciale**

### *2.1\_ Etude de la concurrence*

Une analyse de la concurrence nous permet d'identifier nos concurrents et d'évaluer leurs forces et leurs faiblesses respectives. En étant conscient des actions de nos concurrents, nous aurons une meilleure compréhension des produits ou des services que nous devrions offrir, de comment nous pouvons les commercialiser de manière efficace, et de comment positionner notre boutique.

L'analyse de la concurrence est un processus permanent. Nous devrions toujours être en train de récolter de l'information au sujet de nos concurrents.



Savoir tous sur leurs produits. Parlons à nos clients pour voir quelles sont leurs impressions au sujet de produits ou de services concurrents.

- Après une enquête faite dans la ville de Tlemcen, on a trouvé plus de sept pépinières et jardineries, mais que trois pépinières participent pour la vente des bouquets de fleurs.

Tableau 9 : la concurrence directe et indirecte

<i>La concurrence</i>	<i>La concurrence</i>	<i>La concurrence</i>
<i>La ville</i>	<i>indirecte</i>	<i>directe</i>

<b><i>Tlemcen</i></b>	<p>_ Pépinière de <b>POMARIA</b> qui situe à sidi Otman</p> <p>_ Pépinière de <b>LA MAISON VERTE</b> qui situe à Beb wahr</p> <p>_ Le jardin public qui situe à boulevard 44 M El-hartoun</p>	<p>_ La boutique <b>CŒUR DE COQUELICOT</b> qui situe au environ de l'hôpital.</p>
<b><i>Maghnia</i></b>	<p>_ Aucun concurrent de ce type sur le marché.</p>	<p>_ La boutique «JASMIN» seras la première boutique créée dans le domaine floral à la ville de Maghnia, dans ce cas on n'a pas de concurrents directs.</p>

Source : établie par nous même

## 2.2\_ Les fournisseurs

Tableau 10 : les fournisseurs et leurs coordonnées



<i>Les fournisseurs</i>	<i>Les coordonnées</i>
<i>AZALEE d'Oran</i>	ROUTE NATIONALE BOUISSEVILLE Ain Turk, Oran (31), Algérie
<i>BENOMAR MOURAD</i>	HAI FRANTZ FANON, Blida, Blida (09), Algérie Télé : +213 (0) 25 49 32 13
<i>Jan van Paridon</i>	Jan van Paridon Bloemen BV, Postbus 10 brievenbus 9 ,2230 AA Rijnsburg, Espagne Télé : +31 (0) 714090555 <b>Email:</b> <a href="mailto:info@janvanparidon.nl">info@janvanparidon.nl</a>

Source : établie par nous même

### *2.3\_ Etude de la demande*

Tableau 11 : Le profil de la clientèle potentielle

<i>Caractéristiques</i>	<i>Profil</i>
Qui seront nos clients ?	Des individus, des entreprises, des restaurants, des hôtels...
Age ?	Tout âge
Sexe ?	Femme et homme
Niveau de revenu ?	Moyen et élevé
A quelle fréquence achètent-ils nos fleurs ou notre service ?	A tous moments et à l'occasion (mariage, fête des mères, fiançailles... etc.)
Produits exigés par les clients ?	On vend tous types de fleurs et spécialement les roses et les jasmins. Ils sont prêts à payer pour acheter un bouquet plus de 500 DA

Source : établie par nous même

## 2.4\_ Le plan marketing



### services

### Le plan marketing produits et

Fêter un anniversaire, remercier un proche, visiter un malade... le fleuriste de la boutique « *JASMIN* » met ses compétences techniques et son sens artistique au service de ses clients pour les accompagner dans les petits et les grands moments de leur vie. Dont la fleur est un moyen de communication extraordinaire. Elle permet de transmettre des messages tels que: bienvenue, merci, félicitation, bonne fête, joyeux anniversaire.

- La boutique « *JASMIN* » prépare, assortit, présente et met en valeur les fleurs naturelles. Elle répond au besoin spécifique du client (mariage, réception, décoration...), puis donne des conseils d'entretien et procède à la vente.



- La boutique vend des fleurs fraîches coupées à l'unité et en bouquets,
- Elle assure des prestations pour les événements des particuliers et pour les mariages, les fêtes. Entreprise, collectivités locales, professions libérales, hôtels... sont autant de cibles potentielles à proposer.
- On diversifie avec une offre déco de jolies vases, des soliflores, des cache-pots,... on propose des produits déco à côté des fleurs coupées et des compositions florales pour élargir nos offres et augmenter le panier moyen de nos clients.
- On crée des partenariats avec d'autres entreprises de décor (spécialisé en décoration des fêtes, des congrès, des mariages... etc.).
- Le client pourra commander nos produits par téléphone et on assure une livraison à domicile.

### Le palan marketing prix

#### *a\_ Le prix des produits*

D'après l'enquête faite, on a trouvé que les roses sont le premier type des fleurs demandé.

Tableau 12 : le prix des produits

<u>Le produit</u>	<u>Le prix (DA)</u>
<b>Rose à l'unité</b>	<b>100</b>
<b>Œillet à l'unité</b>	<b>50</b>
<b>Le bouquet de fleurs</b>	<b>De 500 à 3000</b>

Source : établie par nous même

- Le prix des bouquets de fleurs sera fixé selon leurs compositions et le nombre de fleurs

#### *des bouquets de fleurs*



**600 DA**



**1200 DA**



**1300 DA**



**1500 DA**



**3500 DA**



**900 DA**

*b\_ Le prix des services*



La boutique propose des services de décoration florale pour les fêtes, les mariages,... etc, et la livraison à domicile. Le prix sera fixé selon chaque service et la nature de la décoration et la distance de livraison.

### Le plan marketing place

Boutique de fleurs «JASMIN» sera créée dans la ville de Maghnia. La boutique de 18 mètres carrés avec une façade vitrée.

La boutique se compose de :

- une façade vitrée protégée par un rideau roulant.
- une climatisation neuve en parfait état de marche

La boutique est doté d'un matériel si après :

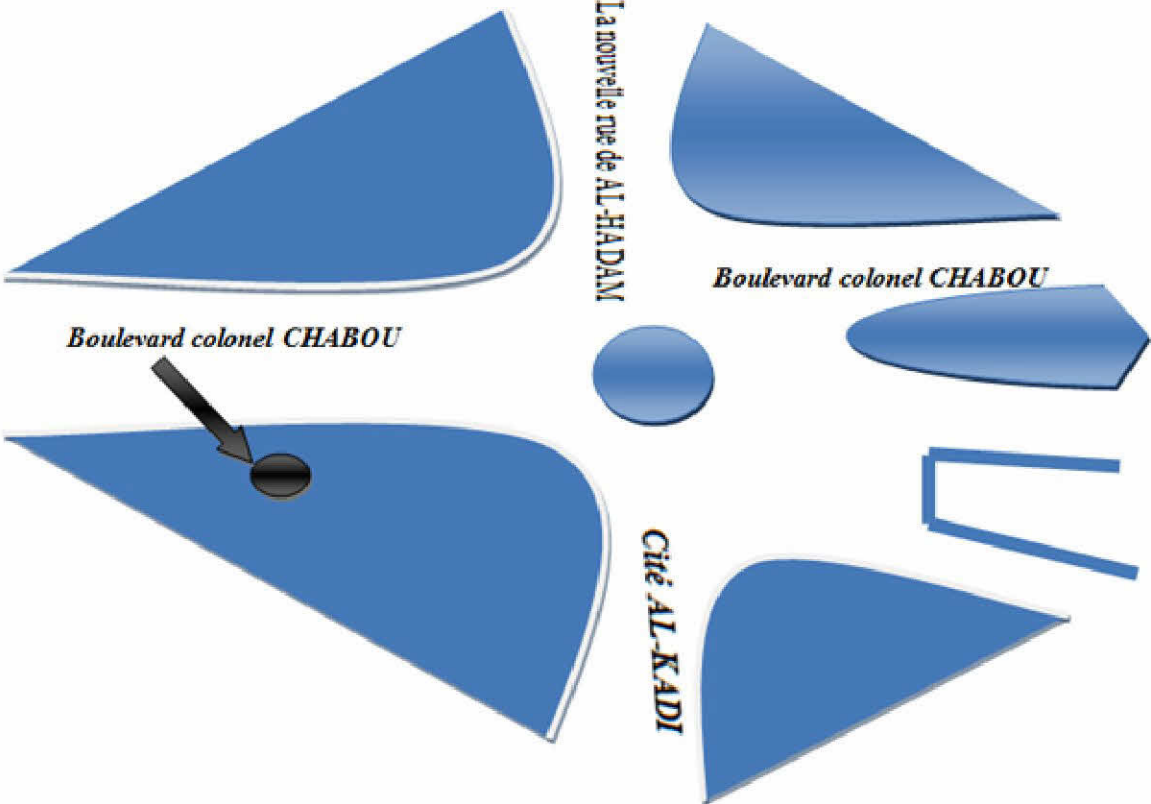
- Matériels de présentation
- Des étagères
- Des tables
- Table de fleuriste
- Plan de travail
- Une caisse enregistreuse
- Un micro ordinateur

... en résumé, tout le matériel qui permettra de continuer à exploiter le fonds de commerce.

Elle est ouverte du samedi au jeudi aux horaires suivants :

- Samedi                                      10 h 00 - 12 h 00 et 14 h 00 – 19 h 00
- Dimanche au jeudi                      09 h 00 – 12 h 00 et 14 h 00 – 19 h 00

### ***a\_ Schéma de la situation de la boutique***

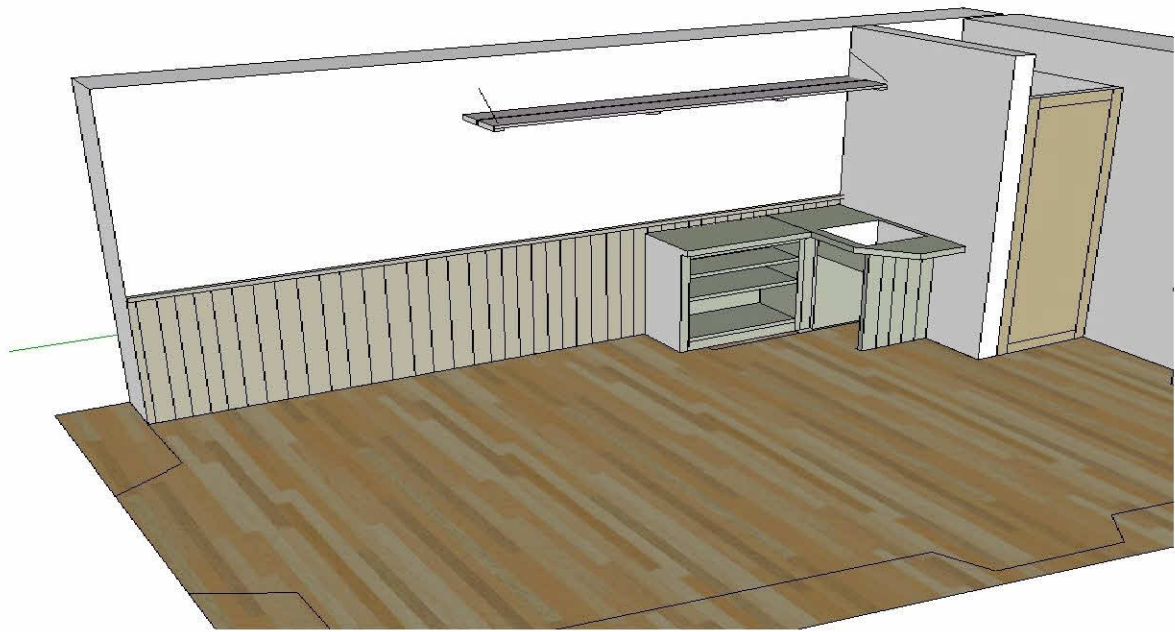




Ce positionnement est au centre de ville, dans un boulevard commercial (Colonel CHABOU). Le client pourra facilement trouver la boutique.

***b\_ Plan de la boutique***

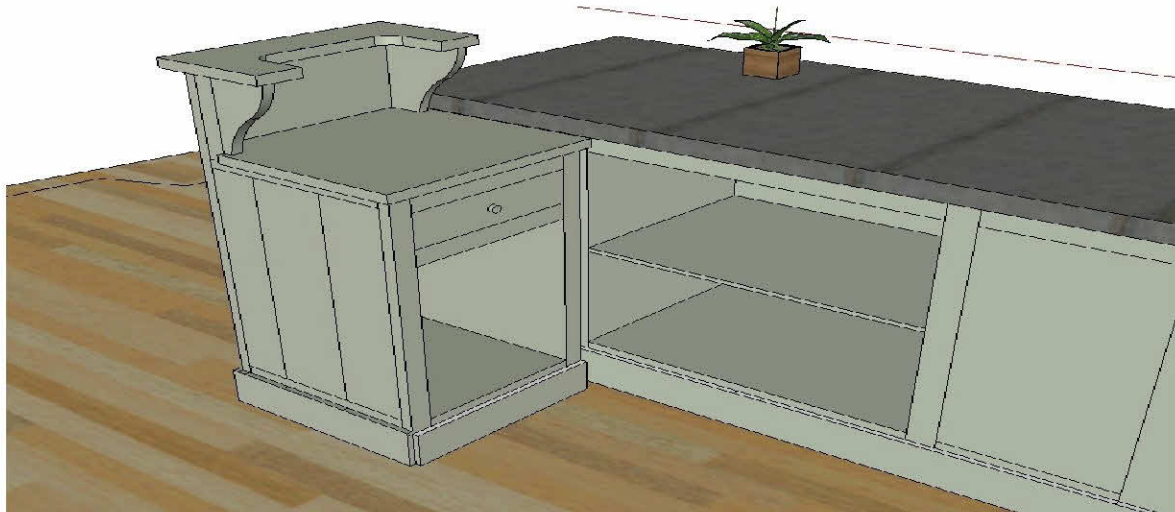
**Point d'eau et plan de travail :** C'est le centre névralgique d'une boutique de fleuriste et autour duquel tout va s'organiser.



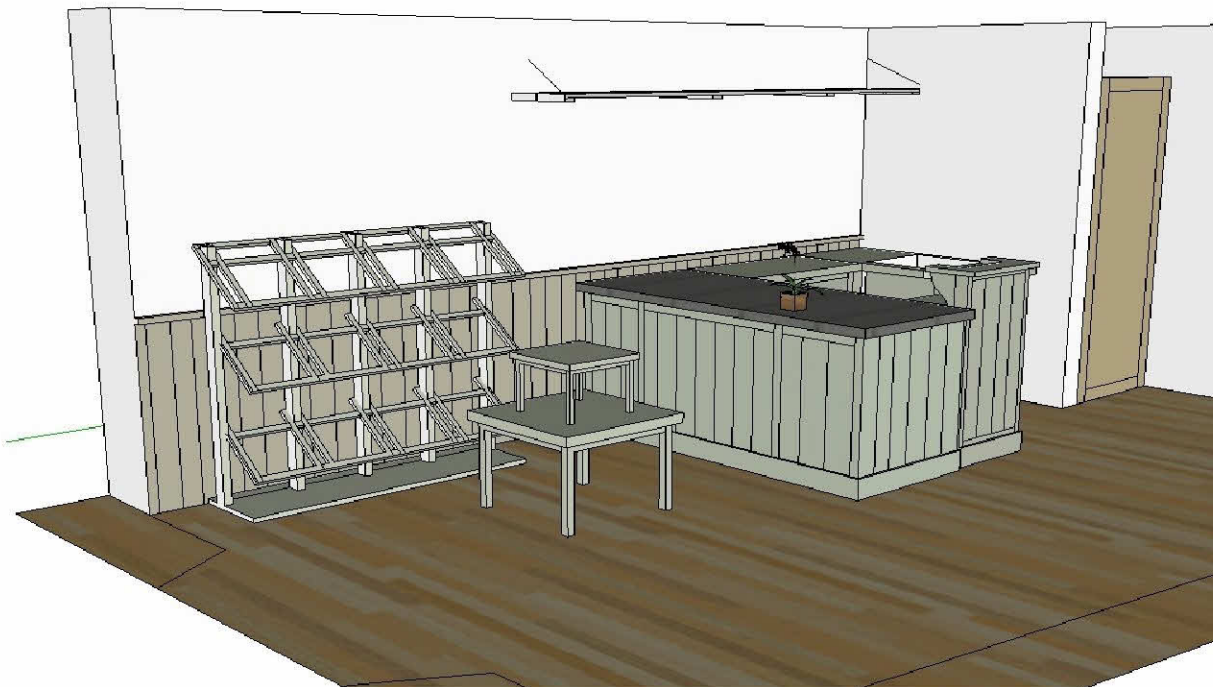
**Table de fleuriste :** Face à l'entrée et proche du point d'eau, c'est l'élément de travail indispensable.



**Le meuble de banque (caisse):** Sur lequel sera posé la caisse enregistreuse, vient clôturer l'espace de travail de le fleuriste qui est ainsi organisé de manière circulaire et sans interruption (eau\_ plan de travail\_ table de fleuriste\_ caisse).

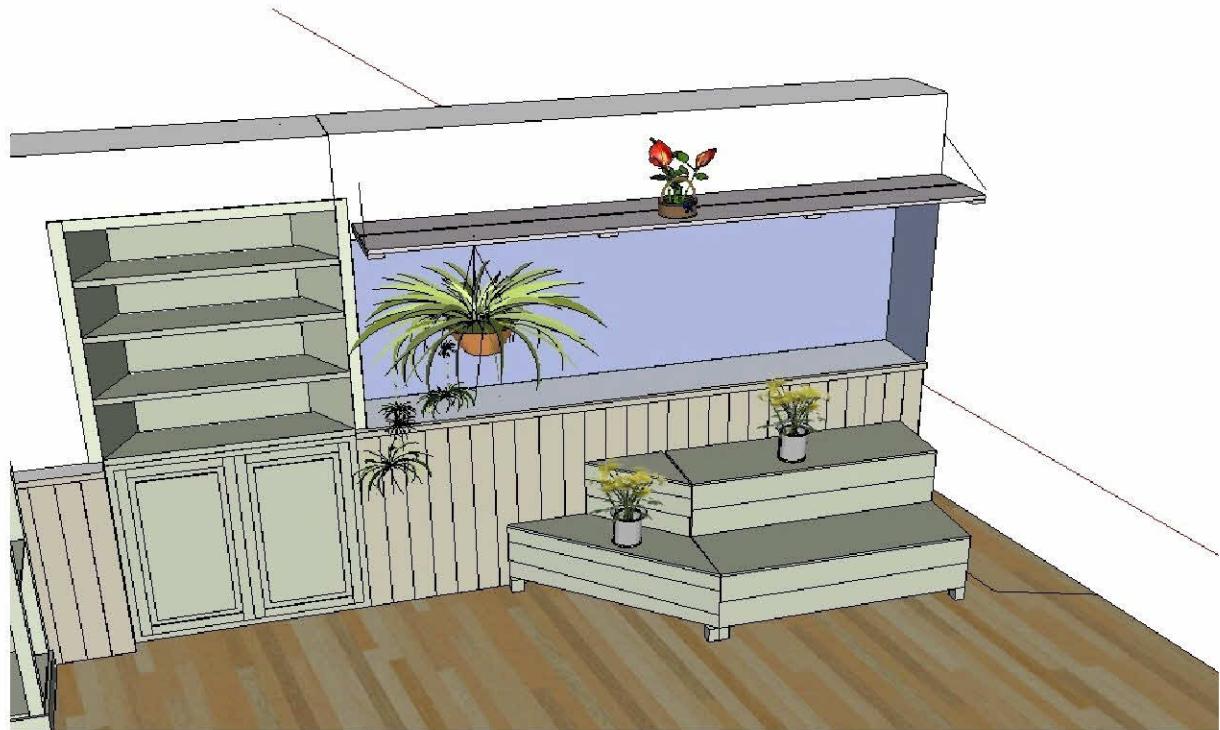


**Support pour les seaux de fleurs coupées et tables gigognes :** En entrant à gauche se trouve, contre le mur, un support pour les seaux de fleurs coupées. Au pied de ce dernier figurent deux tables gigognes permettant de disposer diverses compositions florales.





Sur le mur droit se trouvent deux étagères pour plantes en escalier et mobiles, surmontées d'un grand miroir permettant de donner de la profondeur à la pièce. Une grande étagère surplombe les étagères-escaliers, de laquelle pendent fleurs et plantes suspendues et se reflèteront dans le miroir. Plus loin se trouve une niche dans le mur, aménagée en étagère dont le sous-bassement est fermé par deux portes à panneaux.



**Vue d'ensemble de la boutique**





*Vue générale de la boutique*



**Devanture de la boutique avec le logo**





### **Le plan marketing de la publicité**

Pour faire connaître la boutique, on a plusieurs outils tel que :

- Devanture de la boutique avec le logo
- L'emplacement des panneaux de signalisation.
- Distribution des cartes visites.
- Autre excellent outil publicitaire dans notre métier, notre véhicule de livraison. Des adhésifs sont prévus sur les côtés et sur les portes à l'arrière.
- De bouche à oreille
- La radio

#### ***Panneaux de signalisation***



#### ***Adhésifs pour le véhicule***



Bandeaux de côté



bandeaux de l'arrière

*La carte visite*





## 2.5\_ Les ressources humaines

Le fleuriste, dans l'exercice de son activité professionnelle, il fait preuve en permanence d'un état d'esprit de bon gestionnaire soucieux de qualité et d'efficacité.

Il exerce une activité à caractère artisanal, artistique et commercial. Doté d'un esprit créatif, il compose des bouquets, réalise des assemblages floraux en rapport avec tous les événements de la vie. Il assure la vente courante de toute production florale, conseille la clientèle et participe à sa fidélisation. Les activités du fleuriste sont multiples.

Pour assurer le bon accueil et la bonne gestion dans la boutique, on aura besoin d'un fleuriste qui a des connaissances dans la botanique où l'horticulture, puis il a un sens artistique pour créer des bouquets et des présentations florales pour la décoration, pour offrir où pour célébrer un événement tel qu'un mariage, un anniversaire... etc.

Compétences du fleuriste :

- Connaissances en botanique
- Connaissances en horticultures
- Connaissances techniques : outils et produits
- Connaissances en gestion et comptabilité

En général, le fleuriste dans la boutique *JASMIN*, il exécute les tâches suivantes :

- ◆ Il réalise des compositions florales
- ◆ Il fait des décorations florales et végétales
- ◆ Il accueille les clients
- ◆ Il achète des fleurs chez des grossistes où sur des marchés spécialisés

- ◆ Il prend soin de la fraîcheur des fleurs
- ◆ Il assure la bonne gestion dans la boutique

### **3\_ L'élément de l'étude technico-économique**

#### **3.1\_ l'évaluation des investissements**

##### **✚ Le matériel informatique**

Tableau 13 : le matériel informatique

<b>Le matériel</b>	<b>Le prix</b>
Caisse enregistreuse	14 000.00
Micro ordinateur PC_05	27 500.00
Imprimante	12 900.00
Trois (3) chaises	9 000.00
<b>Total</b>	<b>63 400.00</b>

Source : établie par nous même

##### **✚ Le matériel du fleuriste (outillage)**

Tableau 14 : le matériel du fleuriste

<b>Le matériel</b>	<b>Le prix (DA)</b>
--------------------	---------------------



### Chapitre III : Business plan de la boutique JASMIN

1 sécateur	600.00
1 serpette de fleuriste	550.00
1 pince à plier	900.00
1 coupe tous professionnel	1 000.00
1 désépinoir à roses	450.00
1 paire de ciseaux	700.00
1 pistolet et des bâtons de colle	900.00
1 seau	200.00
1 arrosoir	400.00
1 cutter	500.00
des épingles	400.00
des rubans	700.00
des fils déco	600.00
des pains de mousse	1 500.00
des papiers pour bouquets	3 000.00
<b>Total</b>	<b>12 400.00</b>

Source : établie par nous même



### L'aménagement de la boutique

Tableau 15 : l'aménagement de la boutique

<i>L'équipement</i>	<i>Le prix (DA)</i>
---------------------	---------------------

Point d'eau	25 000.00
Le plan de travail	19 000.00
La table du fleuriste	22 000.00
Les étagères	27 000.00
Une armoire à mure	7 000.00
Deux tables	10 000.00
Un miroir	6 000.00
Un climatiseur	40 000.00
Un rideau roulant	15 000.00
La vitrine à vert	30 000.00
La peinture	38 000.00
La main d'œuvre	20 000.00
<b>Total</b>	<b>259 000.00</b>

Source : établie par nous même



### L'achat des produits

Tableau 16 : l'achat des produits

<i>Les produits</i>	<i>Le prix (DA)</i>
Les fleurs	80 000.00
Des produits déco	60 000.00
<b>Total</b>	<b>140 000.00</b>

Source : établie par nous même



### Le véhicule

Le véhicule : Renault nouveau KANGOO commerciale grand confort



Tableau 18 : l'achat du véhicule

<i>Désignation</i>	<i>Le montant (DA)</i>
Total H.T	1 255 555.00
Taxe véhicule neuf	70 000.00
Frais	500.00
<b>Total</b>	<b>1 326 055.00</b>

Source : établie par nous même

### 3.2\_ L'étude financière

Le dispositif ANSEJ c'est le mode de financement choisi pour notre projet. Tous les montants et les résultats suivants sont réalisés au niveau de l'ANSEJ avec un logiciel spécialisé.



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
République Algérienne Démocratique et Populaire  
Ministère du Travail, de l'Emploi et de la Sécurité Sociale  
وزارة العمل و التشغيل والضمان الاجتماعي

#### PRESENTATION DU PROJET

DATE D'ETABLISSEMENT DU PLAN D'AFFAIRES	19/05/2014	DATE DE DEPOT DU DOSSIER	10/12/2013
ANTENNE DE :	Tlemcen	ANNEXE DE:	Tlemcen
N° DOSSIER (siej3)		NOMENCLATURE	CNRC CODE
INTITULE DU PROJET :	FLEURISTE		
FORME JURIDIQUE:	PERSONNE PHYSIQUE	NOM/RAISON SOCIALE	MEKKAOUI MERIEM
SECTEUR D'ACTIVITE :	SERVICES NON MARCHANDS FOURNIS A LA COLLECTIVITE		
SECTEUR PRIORITAIRE	NON	ZONE PRIORITAIRE	NON
		TYPE DE FINANCEMENT	TRIANGULAIRE



#### Structure de l'investissement

Tableau 19 : structure de l'investissement

(en DA)

Rubrique	Coût	Coût TOTAL
----------	------	------------

### Chapitre III : Business plan de la boutique JASMIN

Frais de la location	0,00	0,00
Frais préliminaires	138 508,65	138 508,65
Cotisation fonds de garantie	28 508,65	
Assurances	80 000,00	
Autres frais	30 000,00	
Equipements de production	0,00	0,00
Equipements locaux	0,00	
Equipements importés	0,00	
Cheptel	0,00	0,00
Matériels roulants	1 326 055,00	1 326 055,00
Aménagements	259 000,00	259 000,00
Outillages	12 400,00	12 400,00
Mobilier de bureau	0,00	0,00
Matériels informatiques	63 400,00	63 400,00
Droit de douanes et taxes	0,00	0,00
Autres impôts et taxes	0,00	0,00
Frais d'installation	0,00	0,00
Frais de transport	0,00	
Montage et essais	0,00	
Fonds de roulement	140 000,00	140 000,00
Autres1	0,00	0,00
Autres2	0,00	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>1 939 363,65</b>	<b>1 939 363,65</b>



#### structure de financement

Tableau 20 : structure de financement (en DA)

Rubrique	Taux Particip	Montant
Apport personnel	1%	19 393,64
Numéraires		19 393,64
Nature		0,00
PNR Classique	29%	562 415,46
PNR LO		0,00
PNR VA		0,00
Crédit Bancaire	70%	1 357 554,55
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>1 939 363,65</b>



#### prévisionnel

#### Le bilan d'ouverture



## Chapitre III : Business plan de la boutique JASMIN

Tableau 21 : bilan d'ouverture

(en DA)

ACTIF	MONTANT	PASSIF	MONTANT
		<b>1- FONDS PROPRES</b>	19 393,64
<b>2- INVESTISSEMENT</b>			
Frais Préliminaires	138 508,65		
Equipements de production	0,00		
Outillages	12 400,00		
Matériel Roulant	1 326 055,00		
Matériels de bureau	0,00		
Matériels informatiques	63 400,00		
Aménagement	259 000,00		
Autres	0,00		
<b>3- STOCKS</b>			
Matières et Fournit	0,00		
<b>4- CREANCES</b>		<b>5- DETTES D'INVESTISSEMENT</b>	
Caisse et banque	140 000,00	Emprunts bancaires(CMT)	1 357 554,55
<i>Frais de la location</i>	0,00	Autres emprunts (PNR Classique)	562 415,46
		Autres emprunts (PNR LO)	0,00
		Autres emprunts (PNR VA)	0,00
<b>T O T A L</b>	1 939 363,65	<b>T O T A L</b>	1 939 363,65



### Amortissement du crédit

Tableau 22 : amortissement du crédit bancaire

Montant du crédit	1 357 554,55			
Durée du crédit	8,00			
Taux d'intérêt bancaire	5,5%			
Taux de bonification	100%			
Taux d'intérêt réel	0,00%			
Rubrique	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3	ANNEE4
Principal	0,00	0,00	0,00	271 510,91
Reste à rembourser ( encours)	1 357 554,55	1 357 554,55	1 357 554,55	1 357 554,55
Cotisation au FG	4 751,44	4 751,44	4 751,44	4 751,44
<b>Cotisation à verser</b>	28 508,65			

ANNEE 5	ANNEE 6	ANNEE 7	Année 8
271 510,91	271 510,91	271 510,91	271 510,91
1 086 043,64	814 532,73	543 021,82	271 510,91
3 801,15	2 850,86	1 900,58	950,29



### Le chiffre d'affaire prévisionnel

Nombre de jour /mois  nombre de mois

Exemple : Prévision d'un chiffre d'affaires de 4.500 DA/jour avec une évolution annuelle de 10%

En considérant une moyenne d'activité de (6 jours X 48 semaines) soit 288 jours / an.

	Nombre Jours/an	CA / Jours	Montant:	
Ventes marchandises	264	0	0,00	
Production vendue	264	0	0,00	
prestations fournies	264	3950	1 042 800,00	
Chiffre d'affaires			1 042 800,00	



### Frais du personnel

nombre associés	<input type="text" value="1"/>	salaires associés	<input type="text" value="20000"/>
nombre employés	<input type="text" value="1"/>	salaires employés	<input type="text" value="15000"/>
	<b>2</b>		<b>35000</b>











**Le TCR prévisionnel**

Tableau 23 : le TCR prévisionnel

	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3	ANNEE 4	ANNEE 5
Ventes marchandises					
Marchandises consommées					
<b>Marge brute</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Production vendue</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Prestations fournies</b>	1 042 800,00	1 147 080,00	1 261 788,00	1 387 966,80	1 526 763,48
Matière et fournitures consom,	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Services	120 000,00	124 800,00	129 792,00	134 983,68	140 383,03
Transport	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Loyers charges locatives	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Entretien et réparation	50 000,00	52 000,00	54 080,00	56 243,20	58 492,93
Autres services	70 000,00	72 800,00	75 712,00	78 740,48	81 890,10
<b>Valeur ajoutée</b>	922 800,00	1 022 280,00	1 131 996,00	1 252 983,12	1 386 380,45
Frais de personnel	466 800,00	476 136,00	485 658,72	495 371,89	505 279,33
Frais divers	114 751,44	76 751,44	69 551,44	63 071,44	56 289,15
Assurances	80 000,00	72 000,00	64 800,00	58 320,00	52 488,00
Autres frais	34 751,44	4 751,44	4 751,44	4 751,44	3 801,15
Impôts et taxes	0,00	0,00	0,00	8 327,80	15 267,63
TAP 2%	0,00	0,00	0,00	27 759,34	30 535,27
Droit de douanes	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Autres impôts et taxes	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Amortissements	327 552,73	327 552,73	327 552,73	327 552,73	327 552,73
<b>Charges d'exploitation</b>	909 104,17	880 440,17	882 762,89	894 323,87	904 388,85
<b>RBE</b>	13 695,83	141 839,83	249 233,11	358 659,25	481 991,60
IRG ou IBS	0,00	0,00	0,00	68 145,26	91 578,40
<b>R.net d'exploitation</b>	13 695,83	141 839,83	249 233,11	290 514,00	390 413,20
Cash flow net	341 248,56	469 392,56	576 785,84	618 066,73	717 965,93
Cash flow cumulés	341 248,56	810 641,12	1 387 426,96	2 005 493,68	2 723 459,61
Cash flow actualisés	318 923,89	409 985,64	470 829,06	471 520,15	511 899,78
<b>VAN</b>	2 276 610,11				

 **Nos objectifs à long terme**

En prévoit de prendre des mesures à l'avenir, au cours des trois à quatre prochaines années.

-  Viser d'autres villes pour la livraison de nos produits et pour fournir nos services
-  Participer au salon national des roses à Blida
-  Des propositions de promotion avec un pourcentage de remise
-  Elargir et diversifier nos produits : des plantes vertes, fleuris, d'intérieurs et d'extérieur
-  Création d'un site d'internet pour faire connaitre la boutique et pour le commendement par internet
-  Faire une franchise avec des entreprises (nationales et internationales)

## **Conclusion**

Notre spécialité que nous sommes en train d'étudier à l'université, nous a permis de découvrir le monde d'entreprendre et la réalisation des projets et de déterminer notre chemin, puis nous avons acquis des connaissances concernant la gestion des ressources humaines, la comptabilité et l'analyse financière, le droit des affaires... etc.

Dans ce chapitre, nous avons présenté un business plan pour la création d'un fleuriste dans la ville de Maghnia. La boutique *JASMIN* sera la première boutique de son genre dans le secteur de la fleuristerie, incontesté. Pour cela, elle aura une part de marché assez importante.

Le métier du fleuriste n'est plus facile et le succès ne vient pas du jour au lendemain mais il faut être patient et offrir toujours le mieux aux clients pour les contenter.



## *Conclusion générale*

## Conclusion générale

La culture entrepreneuriale prévalant dans un milieu apparaît comme un des facteurs les plus susceptibles d'influencer la propension d'une personne à créer, reprendre une entreprise et plus généralement à entreprendre dans des domaines social, culturel, sportif, et associatif autre que le domaine économique.

La création des PME ne cesse d'être d'actualité depuis les années 1980, la petite entreprise est considérée comme une cellule de richesse, une source de satisfaction aux besoins économiques et sociaux en manière de croissance économique, de développement régionale, d'absorption de chômage.

L'Etat algérienne autorise de nombreuses aides à la création des entreprises. Depuis, ces dernières sont bénéficiaires de toute une panoplie de dispositifs d'appuis (ANSEJ, ANDI, ANGEM, FGAR...etc.), engagés par les autorités publiques, et leur place ne cesse de croître dans l'économie nationale, en termes de production de la valeur ajoutée et de création d'emplois.

La création d'une entreprise est la concrétisation de rêves, d'ambitions et d'idées. Une entreprise peut être à la fois source de plaisir et source de revenus, quelles que soient nos motivations, notre idée n'est que le point de départ d'une aventure.

Tout projet d'entreprise trouve son origine dans une idée, et pour le concrétiser, il faut mettre en place un plan (le business plan) pour clarifier les points primordiaux et la stratégie à suivre et pour convaincre les interlocuteurs.

Le don de fleurs existe dans la plupart des civilisations, qu'il constitue un cadeau ou un acte religieux. Dans certaines cultures, on accorde aux fleurs une symbolique particulière, en donnant à chacune une signification. Ainsi, la composition d'un bouquet peut être guidée par des questions de couleurs et de parfums, ou par le sens accordé à chaque fleur.

## *Conclusion générale*

---

Le bouquet de fleurs à offrir, reste un produit de création réalisé par un artisan fleuriste sur la base d'un assortiment de fleurs fraîches. La sensibilité créative du fleuriste exécutant en fait un vrai travail d'artiste.

Le secteur de l'horticulture, en Algérie est très peu sollicité, car nos agriculteurs ont opté pour les cultures maraichères à rendements rapides, et même si ces derniers sont conscient que la culture florale rapporte énormément, ils n'ont ni la technicité, ni les moyens, ni les financements de la développer.

Conscients que la boutique *JASMIN* est la première boutique dans le secteur florale sera implantée dans la ville de Maghnia. Après cette étude, on estime que ce projet sera réussi, sans oublier les contraintes quelles nous auraient faire face.

Parmi les obstacles qui vont entraver la boutique lors de sa conception :

- Incertitude concernant la réaction positive des personnes puisque on propose un produit nouveau
- La faiblesse et le marché informel de la production florale en Algérie
- Complexité et lourdeur des procédures administratives



# *Bibliographie*



## Bibliographie

### œ Ouvrage en français

- 1) Alain Fayolle, ‘Apprendre à entreprendre’, édition n°2, Dunod, Paris, 2012.
- 2) Boutillier, S., Uzunidis, D. : «La légende de l’entrepreneur : le capital social ou comment vient l’esprit d’entreprise ». Ed. Syros, 1999.
- 3) Casson M, « L’entrepreneur », Economica, 1991, édition originale en anglais 1981-1991.
- 4) Catherine Leger-Jarninou, Georges Kalousis. « La boîte à outils de la création d’entreprise », 2<sup>ème</sup> édition, préfacé de Frédérique Clavel, 2013, DUNOD, Paris, France
- 5) Frank Janssen, entreprendre : une introduction à l’entrepreneuriat, 1<sup>re</sup> édition, De Boeck, 2009, bruxelles, Belgique.
- 6) Gaffard J-L, «Croissance et fluctuations économiques », Montchrétien, deuxième Edition, 1997.
- 7) I. M. Kerzner, Competition and Entrepreneurship, University of Chicago Press, 1975 (trad. R. Auouin, Concurrence et Esprit d’Entreprise, Economica, Paris, 2005).
- 8) J. A. Schumpeter, Capitalism, Socialism and Democracy, Harper and Raw, New-york, 1962 (trad. G. Fain, Capitalisme, socialisme et démocratie, Payot, Paris, 1990).
- 9) Julien, P.A. et Marchesnay, M. : « Des procédures aux processus stratégiques dans les PME » in A. Noel (Ed) perspective en management stratégique, Paris Economica, 1992.
- 10) Raphael Cohen, « Concevoir et lancer un projet : de l’idée au succès », édition d’organisation, EYROLLES, Saint-Germain, Paris, France, 2006.
- 11) Schumpeter J.M, «Théorie de l’évolution économique », (d’après la 2<sup>e</sup> édition, 1926) de J.-J. Anstett, Introduction de F. Perroux, Dalloz, Paris, 1935.
- 12) Steyaert Ch, Hjorth D, « New movements in Entrepreneurship », Edward Elgar (London), 2003.
- 13) Thierry Verstraet, histoire d’entreprendre : les réalités de l’entrepreneuriat, Paris : edition management et société, 2000.

- 14) Y. Pesqueux, ‘‘les figures de l’autre en sciences des organisations’’ in J. Ardoino et G. Bertin (Eds), Figure de l’autre, Téraède, Mayenne, 2010.

### **∞ Articles et revues**

- 1) Abdelmalek Fatima Zahra, «La place de la fiance islamique dans le financement des petites et moyennes entreprises en Algérie», mémoire de MAGISTERE en Science économique, université Abou-Bakr Belkaid-Tlemcen-, Algérie, 2011-2012.
- 2) Alice Brouard, « L’éclatant business des fleurs », le Figaro, mise à jour le 12/08/2011 à 11 :56, France
- 3) Belghersa Abdelatif, «Questionnements sur la privatisation des banques publiques en Algérie», (Université,d’Annaba), Revue des sciences Humaines-Université Mohamed khider Biskra, N°11, P74-76, mais 2007.
- 4) Benredjem, R. L’intention entrepreneuriale : l’influence des facteurs liés à l’individu et au milieu, cahier de recherche du CERAG : 2009-21 E4halshs-00528755, version 1-22 Oct 2010 (centre d’études et de recherche appliquée à la Gestion CNRS UMR 5820.
- 5) Boukhari, M. Rôle de l’Etat vis-à-vis des TPE/PME dans un pays nouvellement adhérent à l’économie de marché : cas de l’Algérie, « La vulnérabilité des TPE et des PME dans un environnement mondialisé », 11<sup>ème</sup> Journée scientifiques de réseau Entrepreneuriat, 27, 28et 29 mai 2009, INRPME, Trois-Rivières, Canada.
- 6) Boukli-Hacène, « Pas de marchand de fleurs!!! », Le Quotidien d’Oran, 12/04/2006, Algérie.
- 7) Bouyacoub, A. : ‘‘ Clanisme économique et territorial ‘‘ : « Les entrepreneurs algériens entre enjeux locaux et internationaux ». Cread, 2004.
- 8) Global Entrepreneurship Monitor, National Entrepreneurship Assessment. United States of America, rapport exécutif, 2000.
- 9) Karim Si Lekhal, «Le financement des PME en Algérie : difficultés et perspectives », N° 12, Décembre 2012, recherches économiques et managériale, Université de Versailles Saint Quentin en Yvelines.
- 10) Laperche B, L’innovation orchestrée, Risque et organisation, Collection « Economie et innovation », L’Harmattan, 2004.



- 11) Le rédacteur du supplément « entreprendre, la vraie vie » du n°59 d'acteurs de l'économie Rhone-Alpes utilise indifféremment les trois orthographes.
- 12) Les 5<sup>èmes</sup> Journées Scientifiques Internationales sur L'entrepreneuriat, « L'entrepreneuriat des femmes : L'importance, les opportunités et les obstacles », 28/29 et 30 avril 2014, université Mohamed Khider, Biskra, Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion, Algérie.
- 13) Malek BOURGUIBA, « De L'intention A L'Action Entrepreneuriale : Approche Comparative Aupres De TPE Françaises Et Tunisiennes », thèse de Doctorat ès Nouveau Régime Sciences de gestion de l'université de NANCY 2, France, soutenue le 06/12/2007
- 14) Melbouci Leila, « l'entrepreneuriat en Algérie et internationalisation : une approche par le capital social », Université Mouloud Memmeri de Tizi ousou : Faculté des Sciences Economiques et des Sciences de Gestion. 2008, Algérie.
- 15) Melbouci, Laila, « les enjeux de la PME algérienne dans l'ouverture économique : une approche par les ressources », colloque national du centre Universitaire de Saida 14 et 15 décembre, 2004 a.
- 16) Mourad BERGUEUL, « Peut-on enseigner l'Entrepreneuriat dans nos Universités ? », Liberté (QUOTIDIEN NATIONAL D'INFORMATION), Samedi, 07/12/ 2013, 09:50, Algérie.
- 17) Nkongolo, B.J.M. : d'Amboise, G. et Garnier, B. : « L'association entre manifestation et de la vision stratégique des propriétaires dirigeants de PME et la performance de leur entreprises » Revue international PME, 1994.
- 18) Romer P.M, Increasing returns and long-run growth, Journal of Political Economy , Vol. 94, No. 5, Oct, 1986 The University of Chicago Press.
- 19) Salim Nasri, « Fleuriste d'Alger : Une véritable passion », Edition du 01/04/2014, MIDI : Quotidien National d'Information.
- 20) Samia Gharbi. « Les PME/PMI en Algérie : état des lieux ». Documents de travail. N°238, Mars 2011.
- 21) Sénicourt P, Vestraete T, « Apprendre à entreprendre : Typologie à quatre niveaux pour la diffusion d'une culture entrepreneuriale au sien du système éducatif », Reflets et perspectives de la vie Economique, De Boeck Université, tome XXXIX, n°4, 2000.

- 22) Smahi Ahmed, «Micro finance et pauvreté : quantification de la relation sur la population de Tlemcen», Thèse de Doctorat en sciences économiques, université Abou-Bakr Belkaid-Tlemcen-, Algérie, 2009/2010
- 23) Tahir Metaiche Fatima (maitre assistant universitaire Ain Témouchent ), « Le profil de l'entrepreneuriat féminin en Algérie : une étude exploratoire », (Doctorante, membre au Laboratoire MECAS (Faculté des sciences économiques, commerciales et de gestion, Tlemcen), Algérie.
- 24) Uzunidis D, «, L'innovation et l'économie contemporaine, Espaces cognitifs et territoriaux », Collection : Économie, Société, Région, Éditeur : De Boeck Supérieur, 2004.
- 25) Y. GASSE, « l'entrepreneur moderne : attributs et fonctions », Revue Internationale de Gestion, vol\_7, N° 4, Novembre, 1983.

### ∞ Guides et autres

- 1) Guide des banques et des établissements financiers 2012, Dépôt légal : 195-2012. Algérie.
- 2) Guide du créateur d'entreprise, (le Carrefour du Jeune Entrepreneur), «Ministère de l'industrie, de la PME et de la promotion de l'investissement. Direction Générale de la PME, avec l'appui du Programme de Développement Economique Durable de la GIZ», novembre 2011, Algérie.
- 3) L'office Nationale des statistiques, 2013.
- 4) Ministère de la Petite et Moyenne Entreprise, et de l'Artisanat, bulletin d'information, statistiques n° 15, 1<sup>er</sup> semestre 2009.
- 5) Rapport GEM 2009, Global Entrepreneurship Monitor : Rapport régional GEM-MOAN 2009 (Moyen Orient et Afrique du Nord).
- 6) Rapport sur l'état des lieux du secteur de la PME/PMI juillet 2000, ministère de la PME, P 8, Alger, Algérie.



∞ **Web Sites**

- 1) <http://www.oqlf.gouv.qc.ca/ressources/bibliotheque/offitialisation/index.html>
- 2) <http://www.futureentrepreneur.fr/2010/12/25/les-3-motivations-de-l%E2%80%99entrepreneur/>
- 3) [http://www.beaujolais-cci.com/user-data/publish/files/ACCOMPAGNER%20VOS%20PROJETS/international/Fiche\\_pays\\_Equateur\\_2.pdf](http://www.beaujolais-cci.com/user-data/publish/files/ACCOMPAGNER%20VOS%20PROJETS/international/Fiche_pays_Equateur_2.pdf)
- 4) [http://www.befair.be/sites/default/files/all-files/brochure/Le%20march%C3%A9%20europ%C3%A9en%20des%20fleurs%20et%20plantes%20%C3%A9quitables%20et%20dur%E2%80%A6\\_0.pdf](http://www.befair.be/sites/default/files/all-files/brochure/Le%20march%C3%A9%20europ%C3%A9en%20des%20fleurs%20et%20plantes%20%C3%A9quitables%20et%20dur%E2%80%A6_0.pdf)
- 5) <http://www.djazairess.com/fr/lnr/89811>
- 6) <http://fleurdelysee.wordpress.com/2011/09/20/histoire-de-la-fleuristerie/>
- 7) <http://www.fnff.info/>
- 8) <http://www.saintefleur.fr/image/rivieras.pdf>
- 9) [http://www.mip-louhans.asso.fr/parties/metier/sous\\_parties/FM/Fleuriste/Fleuriste.pdf](http://www.mip-louhans.asso.fr/parties/metier/sous_parties/FM/Fleuriste/Fleuriste.pdf)
- 10) <http://www.digischool.fr/fiche-metier/fleuriste-6852.php>
- 11) [http://www.cm6-microfinance.ma/uploads/file/uma/Intervention%20de%20Mr%20H\\_%20AOUADJIA.pdf](http://www.cm6-microfinance.ma/uploads/file/uma/Intervention%20de%20Mr%20H_%20AOUADJIA.pdf)
- 12) [http://www.ccimzab.com/documents/doc\\_info/service\\_developpement\\_local\\_guiche\\_unique.pdf](http://www.ccimzab.com/documents/doc_info/service_developpement_local_guiche_unique.pdf)
- 13) [www.angem.dz](http://www.angem.dz)
- 14) [www.fgar.dz](http://www.fgar.dz)
- 15) [www.cgci.dz](http://www.cgci.dz)
- 16) <http://www.ansej.org.dz>
- 17) <http://www.pepiniere-entreprises-oran.com/>





*Liste des tableaux*

## Liste des tableaux

<i>N° du tableau</i>	<i>Titre du tableau</i>	<i>La page</i>
Tableau 1	Evolution des PME/PMI en Algérie durant 2003-2010	17
Tableau 2	Provenance des entrepreneurs en Algérie	22
Tableau 3	Bilan cumulé des réalisations de l'ANGEM	46
Tableau 4	Répartition des financements par genre	47
Tableau 5	Nombre de projets PME garantie	57
Tableau 6	Statistiques de projets financés par genre	70
Tableau 7	Statistiques de projets financés par secteur	70
Tableau 8	La variation des types de fleurs	75
Tableau 9	La concurrence directe et indirecte	81
Tableau 10	Les fournisseurs et leurs coordonnées	82
Tableau 11	Le profile de la clientèle potentielle	83
Tableau 12	Le prix des produits	84
Tableau 13	Le matériel informatique	97
Tableau 14	Le matériel du fleuriste	97
Tableau 15	L'aménagement de la boutique	98
Tableau 16	L'achat des produits	98
Tableau 18	L'achat du véhicule	99
Tableau 19	Structure de l'investissement	100
Tableau 20	Structure de financement	100
Tableau 21	Bilan d'ouverture	101
Tableau 22	Amortissement du crédit bancaire	101
Tableau 23	Le TCR prévisionnel	103



*Liste des figures*





## Liste des figures

<i>N° de la figure</i>	<i>Titre de la figure</i>	<i>La page</i>
Figure1	l'opportunité naît dès qu'une nouvelle solution existe pour satisfaire un besoin son suffisamment satisfait	26
Figure 2	Relation CGCI-Banque-PME	55
Figure 3	Les étapes de l'accompagnement	68
Figure 4	Le sexe	73
Figure 5	L'âge	74
Figure 6	La sensibilité à la nature	74
Figure 7	Les fleurs sont des messagères de sentiments	74
Figure 8	L'achat des fleurs	75
Figure 9	Le budget	76
Figure 10	L'installation d'un fleuriste	76
Figure 11	La décoration florale	77
Figure 12	La commande par téléphone et la livraison à domicile	77

## *Les annexes*

Annexe 1

N°Dossier :	0
Raison sociale	MEKKAOUI MERIEM
Nom et Prénom du Gérant :	mekkaoui meryem
Activité :	FLEURISTE

Bilan prévisionnel

ACTIF	1er année			2ème année			3ème Année		
	BRUT	AMORT	NET	BRUT	AMORT	NET	BRUT	AMORT	NET
<b>2-INVESTISSEMENTS</b>	1 799 363,65	327 552,73	1 471 810,92	1 799 363,65	655 105,46	1 144 258,19	1 799 363,65	982 658,19	816 705,46
Frais Préliminaires	138 508,65	27 701,73	110 806,92	138 508,65	55 403,46	83 105,19	138 508,65	83 105,19	55 403,46
Equipements de Production	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Cheptel	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Outils	12 400,00	1 240,00	11 160,00	12 400,00	2 480,00	9 920,00	12 400,00	3 720,00	8 680,00
Equipements Roulant	1 326 055,00	265 211,00	1 060 844,00	1 326 055,00	530 422,00	795 633,00	1 326 055,00	795 633,00	530 422,00
Materiels de bureau	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Materiels informatiques	63 400,00	12 680,00	50 720,00	63 400,00	25 360,00	38 040,00	63 400,00	38 040,00	25 360,00
Aménagement	259 000,00	20 720,00	238 280,00	259 000,00	41 440,00	217 560,00	259 000,00	62 160,00	196 840,00
Autres	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>3-STOCKS</b>			0,00			0,00			0,00
Matières et Fournit									
<b>4. CREANCES</b>			#NOM?			#NOM?			#NOM?
la caisse			#NOM?			#NOM?			#NOM?
Banque			#NOM?			#NOM?			#NOM?
Frais de location			0,00			0,00			0,00
<b>T O T A L</b>			#NOM?			#NOM?			#NOM?
<b>PASSIF</b>									
<b>1. FONDS PROPRES</b>			19 393,64			19 393,64			19 393,64
Resultat en Inst.D'affect.									
<b>5- DETTES D'INVESTISS</b>									
Emprunts bancaires			1 357 554,55			1 357 554,55			1 357 554,55
Autres emprunts (ANSEJ)			562 415,46			562 415,46			562 415,46
Dettes fournisseurs									
-									
Dettes à court terme									
Détention pour compte			0,00			0,00			0,00
Dettes d'exploitation			0,00			0,00			0,00
<b>RÉSULTATS</b>			#NOM?			#NOM?			#NOM?
<b>T O T A L</b>			#NOM?			#NOM?			#NOM?



Les annexes

4 ème année			5 ème Année			6 ème Année		
BRUT	AMORT	NET	BRUT	AMORT	NET	BRUT	AMORT	NET
1 799 363,65	1 310 210,92	489 152,73	1 799 363,65	1 637 763,65	161 600,00	271 400,00	131 760,00	139 640,00
138 508,65	110 806,92	27 701,73	138 508,65	138 508,65	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
12 400,00	4 960,00	7 440,00	12 400,00	6 200,00	6 200,00	12 400,00	7 440,00	4 960,00
1 326 055,00	1 060 844,00	265 211,00	1 326 055,00	1 326 055,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
63 400,00	50 720,00	12 680,00	63 400,00	63 400,00	0,00	0,00	0,00	0,00
259 000,00	82 880,00	176 120,00	259 000,00	103 600,00	155 400,00	259 000,00	124 320,00	134 680,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
		0,00			0,00			0,00
		#NOM?			#NOM?			#NOM?
		#NOM?			#NOM?			#NOM?
		#NOM?			#NOM?			#NOM?
		0,00			0,00			0,00
		#NOM?			#NOM?			#NOM?
		19 393,64			19 393,64			19 393,64
		1 357 554,55			1 086 043,64			814 532,73
		562 415,46			562 415,46			562 415,46
		0,00			0,00			0,00
		0,00			0,00			0,00
		#NOM?			#NOM?			#NOM?
		#NOM?			#NOM?			#NOM?

Annexe 2

**Renault Algérie SPA**

Siege social: 60 A Bd Colonel Bougara-EL Biar.  
 Mt Fisc : 099716100056235 Art : 16107379850  
 NIS: 098216010050837  
 TEL: 021-79-22-32 / FAX: 021-92-50-26



FACTURE PROFORMA N°00041v/14

Tlemcen le: 12/05/2014

**SARL MANSOURAH REDAC**  
 Agent Service Renault  
 1 Bd. DERGAL Mohamed Imama  
 MANSOURAH W. Tlemcen  
 R.C : 13 / 00 - 0264173

Client : MKAOUI MERYEM  
 Adresse : TLEMCCEN  
 N° Tel :  
 VENDEUR : SALIM

Désignations	Qty	Prix unit HT	MONTANT H.T.
<b>RENAULT NOUVEAU KANGOO COMMERCIALE GRAND CONFORT</b>	<b>1</b>	<b>1 188 034.00</b>	<b>1 188 034.00</b>
<b>LISTES DES EQUIPEMENTS RETENUS DANS LE PRIX :</b>			
ABS			
AIRBAG CONDUCTEUR			
AIDE AU FREINAGE DURGENCE			
2 PORTES BATTANTES 180 VITREES			
BVMS VITESSES			
CHARGE UTILE NORMALE			
CLOISON TUBULAIRE			
SIEGE CONDUCTEUR REGLABLE			
COMPTE TOUR MOTEUR			
SELLERIE DRAP			
FILTRE DIESEL			
FREIN A DISQUE			
PORTE LATERALE DROITE COULISSANTE			
PANNEAU LATÉRAL GAUCHE TOLE			
CAPUCINE			
PORTILLON BOITE A GANT			
PROTECTION SOUS CAISSE+ RESERVOIR			
ROUES TOLE 15 CLE 2 BOUTONS			
VITRES TEINTEES			
VOLANT MOUSSE			
CONDAMNATION ELECTRIQUE DES PORTES			
<b>LISTES DES EQUIPEMENTS FACULTATIFS</b>			
CA+ FIPOU		<b>67 521.00</b>	<b>67 521.00</b>

60 A Bd Colonel Bougara –EL-Biar  
 Tel : 021-79-22-32 / Fax : 021-92-50-26  
 Télex :

Arrêter la présente facture pro forma à la somme de :  
**UN MILLION CINQ CENT TRENTE NEUF MILLE QUATRE CENT QUATRE VINGT DIX NEUF MILLE ET 35 CTS .**

**SARL MANSOURAH REDAC**  
 Agent Service Renault  
 1 Bd. DERGAL Mohamed Imama  
 MANSOURAH W. Tlemcen  
 R.C : 13 / 00 - 0264173

Total H.T	<b>1 255 555.00 DA</b>
T.V.A 17%	<b>213 444.35 DA</b>
Taxe véhicule neuf	<b>70 000.00 DA</b>
Frais	<b>500.00 DA</b>
<b>TOTAL T.T.C</b>	<b>1 539 499.35DA</b>

Annexe 3

SEBBAGH IBRAHIM

Quincaillerie Générale / Matériaux de Construction

Cité Nahda loc 05 Mansourah

R.C : 13/00-1358805 A10 Tlemcen

FACTURE N° : 102

Le : 20/05/2014

Doit : MEKKAOUI MERYEM

**FACTURE PROFORMAT**

Désignation	Qte	Prix . U	Montant
sécateur	1	600.00	600.00
serpette de fleuriste	1	550.00	550.00
pince à plier	1	900.00	900.00
coupe tous professionnel	1	1 000.00	1 000.00
désépinoir à roses	1	450.00	450.00
paire de ciseaux	1	700.00	700.00
pistolet et des bâtons de colle	1	900.00	900.00
seau	1	200.00	200.00
arrosoir	1	400.00	400.00
cutter	1	500.00	500.00
<b>Total T.T.C</b>			<b>6 200.00</b>

Arrêtée la présente facture à la somme de :

Six milles deux cent Dinars

Quincaillerie Générale  
Matériaux de Construction  
SEBBAGH Ibrahim  
Cité Nahda Loc 05 Mansourah  
R.C 13/00 - 1358805 A10 Tlemcen



Annexe 4

**Un questionnaire concerne l'ouverture d'un fleuriste dans la ville de Maghnia**

Ce questionnaire est là pour m'aider à monter mon étude de marché pour la réalisation d'un projet de fleuriste (بائع ورود) dans la Wilaya de Tlemcen.

Je remercie par avance toutes les personnes qui répondront à toutes les questions.

Ce questionnaire est préparé pour l'obtention de master en sciences économiques et science de gestion spécialité d'entrepreneuriat et création d'entreprise .Université Abou Bekr Belkaid-Tlemcen-

Je vous demande de lire et de remplir attentivement ce questionnaire, toutes les informations portées sur le questionnaire me seront pour l'objet de mes études.

Mettez un (X) dans la case appropriée :

**1\_ Vous êtes :**

Homme                       femme

**2\_ Votre niveau d'études :**

Primaire                       moyen                       secondaire  
 Universitaire                       autre formation                       aucun

**3\_ Votre âge :**

Entre 20\_35                       entre 35\_50                       plus 50

**4\_ Catégorie socio-professionnelle :**

Etudiant                       artisan                       employé  
 Professeur                       chef d'entreprise                       commerçant  
 Retraité                       sans emploi                       femme au foyer

autre :.....

5\_ Etes-vous sensible à la nature et particulièrement au monde végétal ?

- Oui beaucoup       oui un peu  
 Non très peu       non du tous

6\_ Diriez-vous que vous êtes plutôt un adepte de :

- Fleurs coupées (bouquet, composition florale,...)  
 Plantes       les deux       aucune

7\_ Quels types de fleurs connaissez-vous? (plusieurs réponses possibles)

- Rose       l'œillet (قرنفل)       jasmin (ياسمين)  
 Narcisse (نرجس)       lilas       marguerite  
 Tulipe      autre :.....

8\_ Vous pensez que les fleurs sont des messagères de nos sentiments (رسائل لأحاسيسنا)?

- Oui,       non

9\_ Avez-vous l'habitude d'acheter des fleurs ?

- Artificielles       originales       aucune

- Si c'était la réponse «artificielles» où «aucune»  
passez à la question N° 15

10\_ Vous achetez des fleurs, le plus souvent : (Plusieurs réponses possibles)

- Pour vous       pour offrir

11\_ Ou avez-vous l'habitude d'acheter vos fleurs, chez :

(Plusieurs réponses possibles)

-

Fleuriste

jardinerie

12\_ **Quand vous achetez vos fleurs, vous les récupérez :**

le même jour       par commande

- Si c'était la réponse «**le même jour**» passez à la question N°14

13\_ **quand vous achetez vos fleurs par commande combien de jours vous attendez ?**

2 jours       4 jours       une semaine

Autre : .....

14\_ **En moyenne, à quelle fréquence achetez-vous des fleurs ?**

Toutes les semaines     tous les mois     3 ou 4 fois par an  
 1 fois par an      autre : .....

15\_ **Quelles sont les raisons qui vous empêchent (تمنعكم) d'aller chez un fleuriste pour acheter des fleurs originales ? (Plusieurs réponses possibles)**

Manque de fleuristes  
 Votre budget ne permet pas  
 Vous n'êtes pas intéresser aux fleurs originales  
 Vous les cultivez dans votre propre jardin

Autre : .....

- Si c'était la réponse «**vous n'êtes pas intéresser**» passez à la question N°20

16\_ **Si vous achetez des fleurs, à quelles occasions vous les offrez?**

(Plusieurs réponses possibles)

Fiançailles       mariage       anniversaire  
 Fête des mères     naissance



Autre : .....

**17\_ Quels types de fleurs auriez-vous achetez ?**

(Plusieurs réponses possibles)

- |                                 |                                 |                                   |
|---------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Rose   | <input type="checkbox"/> jasmin | <input type="checkbox"/> narcisse |
| <input type="checkbox"/> Tulipe | <input type="checkbox"/> Œillet | <input type="checkbox"/> lilas    |

Autre : .....

**18\_ Quelles couleurs vous préférez si vous achetez des fleurs ?**

(Plusieurs réponses possibles)

- |                                |                                |                               |
|--------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Rouge | <input type="checkbox"/> blanc | <input type="checkbox"/> rose |
| <input type="checkbox"/> Jaune | autre : .....                  |                               |

**19\_ Quel budget consacrez-vous pour acheter un bouquet de fleurs ?**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Entre 500 et 1000  | <input type="checkbox"/> entre 1000 et 1500 |
| <input type="checkbox"/> Entre 1500 et 2000 | <input type="checkbox"/> plus de 2000       |

**20\_ Seriez-vous intéressé par l'installation d'un fleuriste près de chez vous ?**

- |                                       |  |                              |
|---------------------------------------|--|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Oui surement | <input type="checkbox"/> oui peut être | <input type="checkbox"/> non |
|---------------------------------------|--|------------------------------|

- Si c'était la réponse «non» arrêtez de répondre.

**21\_ Seriez- vous intéresser à la décoration floral pour les fêtes, les mariages, les congrès.. (Salle des fêtes, voiture de la marier...) ?**

- |                               |                              |
|-------------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Oui, | <input type="checkbox"/> non |
|-------------------------------|------------------------------|

**22\_ La commande par téléphone et la livraison à domicile de fleurs et de bouquets serait-elle un plus pour vous ?**

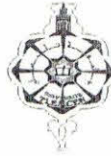
- |                               |                              |
|-------------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Oui, | <input type="checkbox"/> non |
|-------------------------------|------------------------------|

**Si vous avez des propositions concernant l'achat, la demande, la livraison, la décoration des fleurs ; vous pouvez les citer :**

.....

Annexe 5

REPUBLIQUE ALGERRIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE  
MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE  
UNIVERSITE ABOU BAKR BELKAID  
TLEMCEM  
FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES,  
COMMERCIALES ET DES SCIENCES DE  
GESTION  
DEPARTEMENT DES SCIENCES DE GESTION  
TEL/FAX : 043 21 21 66 BP : 226



جامعة ابي بكر بلقايد  
تلمسان  
كلية العلوم الاقتصادية، التجارية  
وعلوم التسيير  
قسم علوم التسيير

15 MAI 2014

N° 213 / D.Gestion/ 2014

Etablissement ciblé : ANSEJ - Tlemcen

### Objet : lettre d'accueil

Monsieur,

Dans le cadre de leur formation, nos étudiants ont besoin de compléter leurs études théoriques par un éclairage pratique et concret, notamment lors de l'élaboration de leurs rapports de fin d'études, pour cela nous comptons sur votre compréhension pour faciliter l'accès des étudiants dans la mesure du possible à certaines informations et explications.

Ne doutant pas de votre aimable compréhension et de votre précieuse collaboration dans l'intérêt de la formation de nos étudiants, veuillez agréer l'expression de nos salutations les plus distinguées.

Les étudiants concernés :

- 1 : MEKAOUJ ..... Mervin  
2 : ..... /

Spécialité 2<sup>ème</sup> année Master (LMD) Entrepreneuriat et création





## Résumé

On prend conscience de l'importance du monde végétal qui nous entoure et celle de le préserver. Les fleurs sont présentes en permanence dans notre vie. Les messages qu'elles transmettent sont toujours appréciés et les fleurs font partie de la célébration pour n'importe quelle occasion. Habituellement, on offre des fleurs sans attendre une occasion particulière.

Tout projet de création d'entreprise commence par une idée. Dans cette étude, nous avons proposé d'entreprendre l'ouverture d'une boutique de fleurs. « *JASMINE* » est la première boutique de son genre dans le secteur florale sera implantée dans la ville de Maghnia. Pour cela, elle aura une part de marché assez importante.

Mots clés : les fleurs ; création d'entreprise ; entreprendre ; boutique ; part de marché ;

## Abstract

One becomes aware of the importance of the vegetable world which surrounds us and that to preserve it. The flowers are present permanently in our life. The messages which they transmit are always appreciated and the flowers are part of the celebration for any occasion. Usually, one offers flowers without expecting a particular occasion.

Any creation project of company starts with an idea. In this study, we proposed to undertake the opening of a shop of flowers. « *JASMINE* » is the first shop of its kind in the sector floral will be established in the town of maghnia. For that, it will have a rather important market share.

Keywords : flowers ; creation project ; to undertake ; shop ; market share ;

## المخلص

نعي أهمية عالم النبات الذي يحيط بنا و الذي يتوجب أن نحافظ عليه. الأزهار موجودة بشكل دائم في حياتنا. الرسائل التي تنقلها هي دائما موضع تقدير و الأزهار هي جزء من الاحتفال في أي مناسبة. عادة نهدى الأزهار دون انتظار مناسبة خاصة.

كل مشروع إنشاء مؤسسة يبدأ بفكرة. و في هذه الدراسة ، اقترحنا المقابلة لافتتاح متجر أزهار. باسمين هو المتجر الأول من نوعه في قطاع الأزهار الذي سيفتتح في مدينة مغنية. و لهذا سيكون لديه حصة في السوق نوعا ما مهمة.

الكلمات المفتاحية: الأزهار، إنشاء مؤسسة، مقابلة، محل، حصة في السوق،