

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
Democratic And Popular Republic Of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry Of Higher Education And Scientific Research
جامعة عباس الغرور خنشلة
University Abbes Laghrou Of Khenchela
كلية علوم الطبيعة والحياة
Faculty Of Nature And Life Sciences
قسم العلوم الفلاحية
Agronomical Sciences Departement
المستوى والتخصص : ماستر 1 انتاج نباتي
Level And Specialty: Master 1 plant Production



Polycopié de cours connaissance de l'entreprise et économie

Réalisé par Dr. BENHIZIA Toufik



Année universitaire: 2019-2020

Préface

Pas facile de créer, de gérer et de faire vivre une entreprise notamment dans un environnement plein de difficultés, d'incertitude et de concurrence. La naissance, le fonctionnement et le développement de l'entreprise dépendent essentiellement des idées et des capacités qui seront développés et investies dans le projet de l'entreprise.

D'abord, il faut s'assurer que l'idée est bonne, bien incubée et qu'elle concorde avec un réel besoin économique. La réussite de l'entreprise dépend aussi de ses fondements, de sa structure, forme juridique et de sa manière de gestion.

Après la création de l'entreprise il faut assurer son fonctionnement afin qu'elle puisse vivre et se développer par une continuité de rentabilité.

Les futurs créateurs d'entreprises se heurtent souvent à une grande méconnaissance relative à la création, gestion et principes économiques liées à l'entreprise. Ceux-ci s'expriment par des visions noires et carences dans la prévoyance des ressources, l'incapacité de calculer un budget, de mauvais choix dans l'acquisition d'outils ou de locaux, de manquements à l'égard du personnel et de mauvaises gestions comptables ou administratives...

Une entreprise n'est pas une œuvre de bienfaisance soutenue par des donateurs. Pour vivre, elle doit être capable d'assumer et honorer ses différents engagements. Les erreurs, même minimales, dans la gestion de l'entreprise peuvent donc avoir de grandes répercussions et conduire à son décès possible à tout moment.

Les objectifs de ce cours sont divers, il s'agit de donner à l'étudiant de la première année Master spécialisé en productions végétales un ensemble de connaissances, de méthodes et d'outils qui lui permettront de créer, gérer et mettre en évidence la situation de l'entreprise dans son environnement concurrentiel, c'est-à-dire, quel est son domaine d'activité ? Quelles forces doit-elle affronter ? Ce polycopié de cours ne peut pas répondre à toutes les situations et résoudre tout les problèmes. Chaque secteurs, branche ou filière d'activité a ses particularités, chaque pays ses règles, chaque entreprise ses spécificités et aucune entreprise ne peut être identique à autre. Il sert donc beaucoup plus comme une «caisse à outils» de principes et de connaissances liées à l'entreprise et son environnement.

Liste des principaux acronymes et abréviations

ANSEJ: Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes
ANDI: Agence nationale de développement de l'investissement
ANGEM: Agence nationale de gestion du microcrédit.
API: Accord de protection des investissements
APSI: Agence de promotion et de soutien aux investissements
BOAL: Bulletin officiel des annonces légales
BADR: La banque d'agriculture et du développement rural
CL: Objectif long terme
CNAC: La caisse nationale d'assurance chômage
CNI: Conseil national de l'investissement
CNMA: Crédit octroyé par la caisse nationale de mutualité agricole
DSA: Direction des Services Agricoles.
DPCI: Droit et pratique du commerce international
EAC: Exploitations Agricoles Collectives
EAI : Exploitation Agricole Individuelle.
EPA: Etablissement public administratif
EPE: Entreprise publique économique
EPIC: Etablissement public industriel ou commercial
EURL: Entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée
FCE: Forum des chefs d'entreprise
FNI: Fonds national d'investissement
GE: Grandes Entreprises
IBS: Impôt sur les bénéficiaires de sociétés
INSEE: Institut national de la statistique et de l'étude économique (France)
JORA: Journal officiel de la république algérienne
LT: objectifs à long terme
TAP: Taxe sur l'activité professionnelle valeur ajoutée
TCR: Tableau des Comptes Résultats.
TPE: Très petite entreprise.
TVA: Taxe sur la valeur ajoutée
G.A.J.A: Grands arrêts de la jurisprudence administrative
IBS: Imposition sur le bénéfice des sociétés
ME: Moyennes Entreprises.
O.C.D.E: Organisation pour la coopération et le développement économique
OMC: Organisation mondiale du commerce
PE: Petite Entreprise.
PME: Petite et moyenne entreprise
PMI : Petite Moyen Industrie.
PNDA: Plans National de Développement Agricole.
PNDAR: Plans National de Développement Agricole et Rural.
PPDR: Projet de Proximité de Développement Rural.
SARL: Entreprise anonyme à responsabilité limitée.

Liste des tableaux

N°	Titre	Page
01	Avantage et limites des organisations commerciales traditionnelles	14
02	Les 10 plus grandes entreprises mondiales par effectif employé de 2010 selon la fortune global 500.	22
03	Typologies des PME/PMI	23
04	Présentation d'un « compte » compte caisse	29
05	Le journal	31
06	Présentation d'un bilan	32
07	Présentation d'un bilan	33
08	Exemple de compte de résultat	33

Liste des figures

N°	Titre	Page
01	L'entreprise, agent de production	08
02	L'entreprise comme unité de répartition et de dépense	08
03	Les objectifs de l'entreprise	11
04	La direction commerciale au font du processus de vente	14
05	La classification juridique de l'entreprise	25
06	Schéma de la comptabilité générale	34
07	Esprit d'entreprise et de travail	36
08	Types de richesse	36
09	Flux financiers dans l'entreprise	52
10	Fonctionnement de l'entreprise	52
11	L'environnement de l'entreprise	53

Sommaire

Préface	01
Liste des principaux acronymes et abréviations	02
Liste des tableaux	03
Liste des figures	04
Chapitre 1: Approche globale de l'entreprise	07
1.1. Peut-on donner une définition de l'entreprise ?	07
1.1.1. Définition et caractéristiques de l'entreprise agricole	09
1.1.2. Objectifs (à CT et LT) de l'entreprise et finalités (internes/externes)	10
1.1.3. Différentes fonctions au sein de l'entreprise	12
1.1.4. L'exigence d'informations et la sécurité de l'entreprise	19
1.1.5. Les partenaires de l'entreprise	20
1.1.6. Classification des entreprises	20
1.2. La Gestion	
1.2.1. Les objectifs de gestion	26
1.2.2. Définition de la gestion	26
1.2.3. Types et caractéristiques des décisions	26
1.2.4. Démarche de prise de décision	27
1.2.5. La chaîne de valeur de l'entreprise	27
1.3. Approche comptable de l'entreprise	27
1.3.1. Généralités	27
1.3.2. Les pièces comptables	29
1.3.3. Les autres pièces comptables	30
1.3.4. Les moyens de paiement	30
1.3.5. Les documents comptables	31
Chapitre 2: Création d'une entreprise et conception d'un produit ou service	35
2.1. L'esprit de l'entreprise ?	35
2.2. Les différentes étapes pour réaliser un projet et créer une entreprise	37
2.3. Quelles sont les démarches et les formalités administratives que vous devez entreprendre	37
2.4. Quelques Règles communes du Guide fiscal de l'investisseur en Algérie	40
2.4.1. Les avantages supplémentaires au profit des activités créatrices d'emplois	40
2.4.2. Les avantages exceptionnels au profit des investissements présentant un intérêt particulier pour l'économie nationale	40
2.5. Quelques conseils utiles pour la création de l'entreprise agricole	41
2.6. Les possibilités de financement	42
2.6.1. Le système bancaire algérien	44
2.6.1.1. La banque	44
2.6.1.2. Le paysage bancaire Algérien	45
2.6.2. Montage d'un dossier de crédit d'exploitation	45
2.6.3. Le crédit bancaire et sa typologie	46

2.6.4. La banque d'agriculture et du développement rural (BADR)	49
2.6.4.1. Les différents types de crédits accordés par la BADR	49
2.6.5. Les différents types de crédit octroyé par la caisse nationale de mutualité agricole (CNMA)	49
2.6.6. Types de financement des projets	50
2.7. Fonctionnement d'une entreprise	51
Chapitre 03: Connaissance de l'environnement de l'entreprise	53
3.1.1. La distribution	54
3.1.2. La concurrence	54
3.1.3. L'environnement réglementaire	54
3.1.4. Les relations publiques	55
3.1.5. Les salaires et les entreprises	55
3.1.6. Offre, demande et prix	56
3.1.7. Le respect de l'environnement, conventions internationales et les concordances avec le développement durable !	56
3.2. Les critères de choix d'investissement.	56
3.2.1. L'étude du marché	57
3.3. Les causes de détérioration des marges	64
Chapitre 04: Eléments de comptabilité analytique et analyse du cout de production	65
4.1. Définition de la comptabilité analytique	65
4.2. Les notions de coût de production et de prix de revient	65
4.3. Classification des coûts	65
4.3.1 Les coûts de production et les coûts financiers	65
4.3.2. Les coûts directs et les coûts indirects	66
4.3.3. Les coûts stables (Fixes) et instables (variables)	66
4.3.4. Les coûts généraux et unitaires	66
4.3.5. Autres catégories de coûts	66
4.4. Méthodes de calcul de coûts	66
4.4.1. Méthode de sommation des coûts	67
4.4.2. Méthode du coefficient synthétique	67
4.5. Moyens durables	67
4.5.1. Amortissement des moyens de production durables	67
4.5.2. Reproduction des moyens durables	68
4.5.3. Efficacité des investissements	69
4.5.3. Etat de reproduction des moyens durables	69
4.6. Moyens circulants	70
Chapitre 5: Droit de l'entreprise	71
5.1. Le contrat de société	71
5.2. Dynamique et complexité du droit de l'entreprise	72
5.3. L'inexistence officielle de l'entreprise	73
5.4. La structure micro juridique de l'entreprise	74
Références bibliographiques	75

Chapitre 1: Approche globale de l'entreprise

1.1. Peut-on donner une définition de l'entreprise ?

Il est difficile d'enfermer dans une définition unique le sens d'un mot comme entreprise qui s'applique aussi bien à un complexe industriel, qu'à un cabinet de conseil, petit commerçant ou bien encore à une exploitation agricole.

En économie, l'entreprise est traditionnellement définie comme étant « une organisation économique, de forme juridique déterminée, réunissant des moyens humains, matériels et financiers, pour produire des biens ou des services destinés à être vendus sur un marché pour réaliser un profit ». En droit, l'entreprise est définie comme « la réunion des moyens matériels et humains coordonnés et organisés en vue de la réalisation d'un objectif économique déterminé ».

L'entreprise peut être également définie à un niveau **macro-économique** comme un système/agent économique de production avec pour **finalité la création de richesse**. La richesse créée n'est pas le produit vendu mais la transformation qui aboutit au produit vendu. Elle se mesure par la **valeur ajoutée**. C'est cette valeur ajoutée qui rémunère l'ensemble des ressources mises en œuvre pour la générer (capital, travail, savoir-faire...) **figure 01**.

En plus de la fonction de production, l'entreprise est également une unité de répartition. Le partage de la valeur ajoutée s'opère en son sein entre personnel, Etat, organismes sociaux, prêteurs, associés. Il en est de même pour le partage du surplus de productivité entre les différentes parties prenantes. L'entreprise est aussi un organisme de dépense qui consomme pour poursuivre son processus de production. Les fonctions répartition et dépense de l'entreprise sont représentées par la **figure 02**.

L'entreprise est également un **système complexe**. La théorie des systèmes de **Ludwig Von Bertalanffy** (1901-1972) considère que tout système est constitué de cinq éléments:

***Des inputs qui entrent dans le système:** Pour une entreprise, ce sont essentiellement les **achats** effectués auprès des fournisseurs, sous-traitants et équipementiers.

***Un processus**, c'est à dire une **suite d'opérations** au cours desquelles ces inputs sont transformés: **Les salariés y ajoutent une valeur en travaillant**.

***Des outputs**, ce sont des éléments plus élaborés qui ressortent du système qu'est l'entreprise : ce sont les **ventes**.

***L'environnement:** Tout système existe dans un environnement dont il est tributaire. Pour une entreprise, ce sont ses concurrents, ses clients, ses fournisseurs, mais aussi les administrations publiques, ainsi que d'autres éléments propres à chaque nation. Il est plus ou moins favorable aux entreprises...

* **Des buts ou objectifs:** Tout système est **finalisé** comme les êtres vivants: les entreprises cherchent à **se développer** et à assurer **leur pérennité**, leur survie, ce qui passe par la recherche de **bénéfices**.

1.1.1. Définition et caractéristiques de l'entreprise agricole

L'entreprise est l'unité de production du système capitaliste. Elle a pour but le profit. On peut définir **l'entreprise agricole** comme une unité de production technique et économique à l'intérieure de laquelle l'entrepreneur (l'agriculteur) combine les différents facteurs de la production (la terre, le capital, le travail) pour produire des biens (céréales, lait, viande, fruits, etc.,...) dans le but de les vendre de manière à retirer le plus grand profit possible. La terre est l'élément essentiel de l'activité agricole, l'agriculteur peut l'utiliser entant que propriétaire ou entant que locataire (Hammam, 2011).

Dès lors apparaît une différence très nette entre le propriétaire et l'exploitant.

***Le propriétaire** est l'unité juridique sur laquelle son détenteur a un droit réel, complet. Le propriétaire a, en particulier, la possibilité de ne pas cultiver lui même sa terre, de la faire cultiver par un autre contre versement d'un loyer.

***L'exploitation** est l'unité technique et économique de mise en valeur de la terre. Elle peut être constituée par des terres en propriété ou des terres en location.

En Algérie, dans le cadre du Recensement Général de l'Agriculture (RGA), en 2001, on lit sur le volet statut des exploitations qu'il existe 73% d'exploitations individuelles privées pour 65,7% de la SAU et 13,7% d'EAC et EAI pour 25% de la SAU. Sur les origines des terres, 30,3% des terres restent la propriété de l'Etat et 69,3% appartiennent aux privés.

Le déficit chronique de la production agricole par rapport à la forte demande des populations ne cesse d'augmenter en Algérie. Le ratio surface par habitant est très faible (0,30 ha par habitant (Bessaoud et Tounsi 1995). L'agriculture est caractérisée par les fluctuations de la production. Ces fluctuations sont d'autant plus grandes que les conditions sont plus arides, avec des écarts entre années d'autant plus élevés que le niveau moyen de pluviométrie annuelle est plus faible (Pluvinage, 1995). Ceci concerne la plupart des pays du sud et de l'est de la méditerranée, caractérisée par la présence d'une période aride, plus au moins longue, entre le printemps et l'automne (Aubry, Griner, 1986).

En effet, il n'est pas facile d'entreprendre dans le secteur agricole. Le secteur, aux besoins toujours croissants en capitaux mais aussi aux réglementations plus strictes et plus complexes (bien-être animal, environnement, bonnes pratiques agricoles et décret en matière d'engrais, ...). Dans un contexte de volatilité croissante des prix et de réformes successives de la politique agricole en Algérie, l'agriculteur doit plus que ne jamais être un entrepreneur soucieux d'une gestion financière prudente. Il faut donc déterminer les caractéristique de l'exploitation agricole telle que les biens mobiliers comprennent: les animaux, le matériel, le parc de machines, les stocks, les plantations, les récoltes sur pied, les quotas, les droits de livraisons, les permis, ...

Il est très difficile de caractériser avec exactitude les exploitations agricoles en Algérie. L'absence de travaux de recherche sur les exploitations agricoles considérées comme complexes et fragiles dans un milieu contraignant, leur fonctionnement, leur dynamique par zone agro-écologique a fortement handicapé l'efficacité des travaux de vulgarisation de la recherche agronomique. Dans une telle situation, comprendre les logiques de production des agriculteurs permet de repérer les fragilités des exploitations et de raisonner des actions de

développement adaptées à chaque situation de production (Benniou, 2008). Les exploitations agricoles se trouvent dans conditions divergentes notamment de point de vue climatique et économique. Les résultats de (Benniou et *al.*, 2014) montrent que les pratiques culturales des céréales par exemple dépendent de la stratégie globale de la production agricole et notamment de la gestion des parcelles en fonction des facteurs agro-écologiques et structurels des exploitations. L'ensemble des itinéraires techniques et même au sein de chaque opération culturale, la position temporelle et les modalités des opérations diffère d'un type d'exploitation à l'autre et d'un étage climatique à l'autre en fonction des contraintes du milieu, de degré de structuration des unités agricoles et des objectifs de production visés par les agriculteurs (Benniou et *al.*, 2014).

1.1.2. Objectifs (à court terme et long terme) de l'entreprise et finalités (internes/externes)

Les entreprises ont des finalités et définissent des objectifs à atteindre. La notion de finalité fait référence au but principal de l'entreprise. Ce but est général et impersonnel (ex: le développement et la croissance). La finalité est donc difficilement quantifiable. Les finalités sont de deux ordres: économique et sociales et sont de deux natures: externes et internes (Norigeon, 2010).

Quant à la notion d'objectif, elle est plus concrète. Les objectifs doivent servir la finalité de l'entreprise (ex: augmenter les parts de marché de 20 %). Ils sont donc quantifiables et donc évaluables et subordonnés à la finalité de l'entreprise. Les objectifs sont de deux ordres: à long terme et à court terme.

Les objectifs à long terme sont nécessaires car les entreprises ne peuvent se cantonner à une politique à court terme de réaction à son environnement. Les entreprises à travers la fixation **d'objectifs à long terme (LT)**: Doivent tracer les grandes lignes, orientations d'avenir. Les objectifs à LT peuvent être externes et internes.

Quant aux **objectifs à court terme (CT)**: Ils répondent aux problèmes conjoncturels auxquels les entreprises sont confrontées. Ils constituent donc une réaction de l'entreprise à son environnement. De la capacité rapide d'adaptation de l'entreprise dépend sa survie.

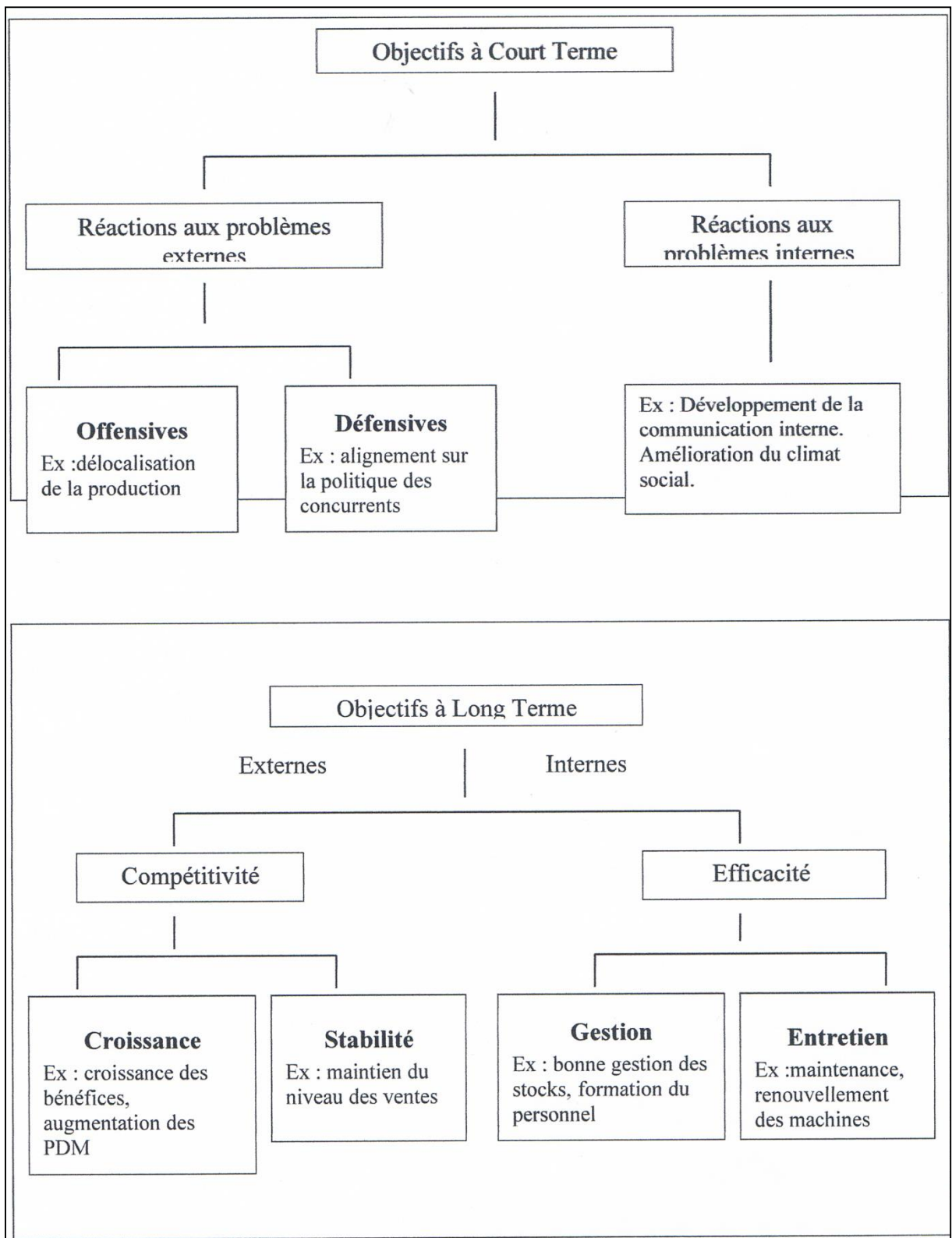


Fig.3 : Les objectifs de l'entreprise (Norigeon, 2010).

1.1.3. Différentes fonctions au sein de l'entreprise

Les entreprises sont des ensembles complexes. Elles mettent en relation des individus et des entités abstraites (De la Robertie et Latour., 2015). Les fonctions de l'entreprise sont adaptées selon le secteur, la taille, et statut juridique. Ici, on peut citer la quasi-totalité des fonctions invoquées souvent dans la bibliographie.

***Une fonction technique** qui s'occupe de trois points essentiels à savoir:

- **Décider des spéculations à entreprendre**, compte tenu des moyens dont il dispose et des caractéristiques du marché;

-**Organiser la production** en faisant le programme des investissements, en établissant les plans et les calendriers de travail qui vise, non seulement, l'amélioration de la disponibilité des produits en quantités et qualités demandées mais aussi la diminution des rebuts, retouches, et plus généralement des coûts de non-qualité (Pillet, 2004);

-**Mettre en œuvre tous les moyens dont il dispose** pour produire au meilleur compte.

***Une fonction commerciale**

Selon (Agnès et Le Gall., 2006) l'activité commerciale d'une entreprise repose sur le marketing qui se caractérise par l'ensemble des moyens dont disposent les entreprises en vue de créer, de conserver et de développer leurs marchés **figure 04**.

Elle repose d'une part, sur la connaissance du marché, d'autre part, sur la connaissance du consommateur et enfin sur la mise en œuvre du marchéage ou marketing-mix constitué de 4 variables: le produit, le prix, la communication et la distribution. La fonction commerciale est présente dans la totalité des entreprises. Au minimum, c'est une fonction assurée par un dirigeant de l'entreprise. L'importance de la fonction varie en revanche fortement selon l'appartenance sectorielle de l'entreprise à titre d'exemple la **grande consommation** (Danone, L'Oréal, Orange, Coca-Cola) accorde au marketing une place primordiale. Celui-ci s'intéresse au premier chef à une cible de consommateurs finaux et définit pour eux des produits répondant à leurs besoins à un prix acceptable (Agnès et Le Gall., 2006).

Objectifs commerciaux stratégiques:

- Vendre le produit X.
- Vendre les offres packagées.
- Vendre le service associé.
- Défendre les marges.
- Développer la part de marché sur telle cible.
- Se développer sur ce nouveau marché.
- Devenir leader sur telle cible, avec tel produit...

Pour atteindre ces objectifs les nouveaux outils de communication permettent une plus grande souplesse dans le traitement des clients:

- Traitement « VIP » pour les clients grands comptes, avec des visites régulières et approfondies du commercial et parfois de toute une équipe « projet » pour répondre ainsi aux besoins spécifiques de ces clients à forte valeur.

- Traitement optimisé pour les clients à plus faible valeur, où l'on va associer présence du commercial et actions de marketing direct pour rester « dans le paysage » du client à faible coût.

-Traitement par téléphone via une cellule de télévente pour les clients dont l'importance ne justifie pas de déplacements coûteux. Enfin, les nouveaux outils informatiques permettent d'optimiser le temps du commercial. La possession d'un micro-ordinateur portable avec un certain nombre de logiciels est une quasi-généralité. L'accès à

Internet permet de récupérer des informations sans délais, tout en restant en contact avec le client (Agnès et Le Gall., 2006).

La fonction commerciale bénéficie d'une image qui s'améliore d'année en année. (Agnès et Le Gall., 2006). Fidéliser les clients est une priorité, compte tenu du contexte de recherche permanente d'accroissement de la productivité commerciale. Dans cette logique, il convient donc d'apporter plus de valeur au client:

-En vendant des solutions plus complexes, plus globales, ce qui signifie pour le vendeur de savoir passer de la vente de produits à la vente de solutions. En terme de compétences, cela l'amène à travailler en réseau avec d'autres fonctions de l'entreprise, et d'envisager avec l'acheteur des solutions à ses problèmes de logistique, de facturation, de livraison, de financement et de maintenance (Agnès et Le Gall., 2006).

- En déployant avec son client une qualité de relation qui crée la confiance et conduit à une relation pérenne. Le commercial devient partie intégrante de l'offre. Au-delà du vendeur, la relation client impacte aussi tous les personnels en contact avec les clients.

Le management commercial, soucieux de la productivité, exige des compétences plus transverses:

- Compétences en marketing pour segmenter et cibler son portefeuille client.

- Compétences d'organisation pour gérer son temps et ses priorités. C'est au management commercial qu'il convient de conduire ces évolutions afin que la valeur de l'offre de l'entreprise soit encore mieux « vendue » par les commerciaux et fasse ainsi la différence par rapport à la concurrence.

-Les types d'organisation de la fonction commerciale

a-Organisation commerciale géographique: (région 1, région 2 etc).

b- Organisation par ligne de produits: (gamme 1, gamme 2, gamme 3... etc).

c- Organisation par marché ou type de clients: (responsable clientèles ou marché x responsable clientèles ou marché.... etc).

Le tableau 01 explique les avantages et les limites de chaque type d'organisation (Agnès et Le Gall., 2006).

Tableau 1: Avantages et limites des organisations commerciales traditionnelles

	Avantages	Limites	Adaptée dans les situations
Organisation géographique	Évaluation facile des résultats. Frais de déplacements réduits. Suivi de la clientèle plus régulier.	Ne tient pas compte de la variété des produits et des clients. Secteurs difficiles à équilibrer. Ne tient pas ou peu compte des pôles de décision, souvent centralisés.	Souvent la seule possible quand la force de vente n'est pas salariée de l'entreprise. Clients devant être vus fréquemment. Gamme de produits homogènes. Profil « unique » du commercial.
Organisation par ligne de produits	Bonne compétence produit et concurrence par un commercial « expert ».	Duplication de l'effort commercial chez un même client. Coûts accrus car secteurs géographiquement plus étendus.	Gamme de produits diversifiés. Produits très techniques imposant des connaissances différentes selon les vendeurs. Cibles clients distinctes, ou interlocuteurs différents chez un client « grand compte ».
Organisation par marché ou par cibles clients	Meilleure connaissance des clients, des clés de succès sur un marché.	Duplication des coûts commerciaux. Tension possible entre commerciaux lorsque les clients ont des activités multi-marchés.	Marchés distincts. Circuits de distribution distincts.

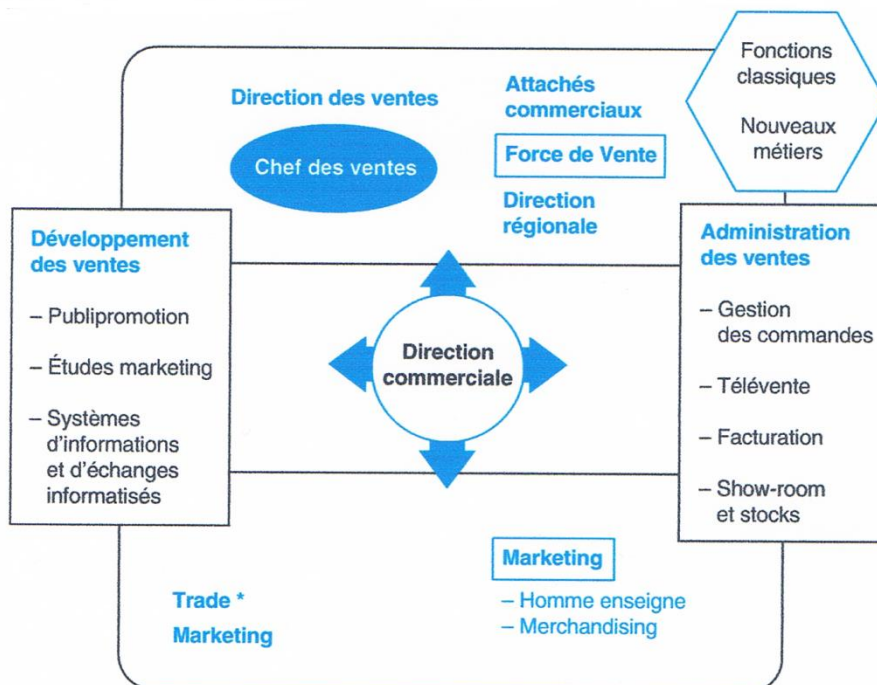


Fig.4: La direction commerciale au fond du -processus -de vente

***Une fonction financière**

L'exploitant doit rechercher les capitaux dont il a besoin pour ses investissements et ses achats. La fonction finance devra définir et mettre en œuvre la stratégie de financement de l'entreprise. La fonction finance doit également mettre au service de la rentabilité de l'entreprise les ressources et les techniques financières, et apprécier, puis contrôler l'intérêt économique des besoins courants, des réalisations et des projets. À long terme, la fonction finance doit mettre à disposition de l'entreprise les ressources et les techniques financières nécessaires à son développement et à sa protection (Selmer, 2006).

Pour réussir dans leurs missions, les acteurs de la fonction finance doivent s'approprier les généralités et particularités du secteur d'activité, comprendre les métiers de l'entreprise, et disposer d'un langage commun avec les autres acteurs de l'entreprise. Ils doivent savoir en mesurer les performances pour mieux identifier les contreperformances, développer des idées innovatrices ou des propositions de solutions pour agir sur les composantes de l'entreprise (Selmer, 2006). Les acteurs de la fonction finance devront développer aussi des savoir-être.

Les principales qualités attendues sont:

- **De la rigueur:** Les directions doivent pouvoir s'appuyer sur les collaborateurs de la fonction finance pour le traitement des données chiffrées;

- **Des capacités d'analyse et de synthèse:** Une partie importante des responsabilités porte sur la compréhension des chiffres, ce qui implique d'être capable de partager une analyse en la reformulant de façon synthétique ;

- **Une vitesse d'exécution sans faille:** Pouvoir s'appuyer sur une remontée d'informations rapides et d'une grande fiabilité.

- **Un sens de l'éthique,** une indépendance de vue, favorisant le traitement en priorité de ce qui touche à l'intérêt général plutôt qu'à des intérêts locaux ou spécifiques.

- **Un sens relationnel aigu** pour vendre les décisions de la direction générale et les impératifs financiers et réglementaires en interne, ainsi que les actions de l'entreprise à l'extérieur.

Les responsabilités de la fonction finance étaient alors de deux ordres:

- Fournir des informations légales sur les comptes;
- Organiser la gestion des ressources.

Pour mener à bien sa mission d'aide au pilotage des moyens, la fonction finance devait répondre aux préoccupations des dirigeants qui portaient essentiellement sur :

- Le pilotage du niveau d'activité : plan de charge, utilisation des ressources;
- La productivité des hommes et des machines;
- La consommation des matières utilisées;
- La qualité des produits et des services vendus.

L'environnement économique actuel a radicalement changé. La concurrence, devenue internationale, s'est fortement intensifiée (Selmer, 2006).

L'innovation est au cœur de **la création de valeur**, entraînant un raccourcissement de la durée de vie des produits. Parallèlement, les entreprises se sont recentrées sur leur cœur de métier. En conséquence, les risques financiers se sont accrus dans un marché globalisé.

Dans ce contexte beaucoup plus instable, la fonction finance doit accompagner les dirigeants dans leur réflexion, au-delà de la simple gestion des ressources de l'entreprise. Elle doit conseiller la direction générale:

- En amont, en apportant un éclairage sur les contraintes financières lors de la définition de la stratégie d'entreprise;

- En aval, en mettant en œuvre un système de pilotage capable d'anticiper les performances, de mesurer les résultats atteints et de mettre en place les actions correctrices.

La fonction finance réalise les premières estimations macroscopiques de rentabilité des investissements (retour sur investissement, simulations, études de sensibilité). Elle valide les projections de résultat en s'assurant de la cohérence entre ressources consommées et niveau d'activité, et les projections d'équilibre financier (endettement/ capitaux propres, liquidités)... En outre, elle peut remettre en question la pertinence de certaines orientations stratégiques, en matière de marketing notamment.

L'informatique de gestion de la fonction finance doit répondre à trois exigences :

- Automatiser des actes de gestion avec sécurité, fiabilité et productivité : enregistrement des factures et règlement;

- Constituer des bases de données relationnelles et multidimensionnelles afin de structurer les données stockées afin qu'elles soient significatives et exploitables;

- Gérer les processus: Selon (Selmer, 2006), la circulation et la transformation des données doivent refléter les flux physiques et monétaires (continuité, homogénéité, unicité de l'information).

***Une fonction comptable et administrative**

L'exploitant doit en particulier tenir une comptabilité, ce qui lui permet de contrôler les résultats de son travail et de modifier éventuellement son système de production (Hammam, 2011).

Le comptable garantit la production d'une information financière fiable et pertinente, donnant une image fidèle du patrimoine et des performances de l'entreprise. Il définit les règles et les procédures de comptabilisation dans le cadre du référentiel adopté, assure la maîtrise d'œuvre des applications informatiques et fournit aux opérationnels les informations à caractère financier nécessaires à leur action. De plus, il doit commenter les documents qu'il élabore car il est de plus en plus associé aux prises de décision. Cette évolution résulte de deux phénomènes:

- La réduction des temps de production de l'information comptable. Nombre d'opérationnels acceptent désormais d'attendre le résultat comptable, plus fiable que l'estimé de gestion, puisque les délais sont désormais très raccourcis;

- Les nouvelles potentialités de l'informatique. La comptabilité n'est plus simplement la tenue des comptes en partie double.

Elle commence à être vécue comme une vaste base de données d'informations à caractère financier, qu'un opérationnel peut interroger sous divers angles.

Les tâches traditionnelles du comptable, que sont la saisie et le contrôle de la saisie, ont tendance à lui échapper au profit de non comptables, ou tout simplement parce que ces missions sont les premières à être externalisées.

Plus précisément, la fonction comptable peut être définie par ses missions qui consistent à :

- Définir et contrôler les référentiels comptables (domestique, européen, international) correspondant aux spécifications internes et externes;

- Connaître et améliorer les moyens de production de l'information;
- Analyser et fiabiliser l'information produite;
- Restituer les informations produites dans les délais et dans des formes directement exploitables par les utilisateurs;
- Garantir le respect des contraintes en matière de preuve;
- Assurer la relation avec les commissaires aux comptes.

Quant à la fonction administrative La loi apporte des précisions selon le type de l'entreprise quant au rôle du président du conseil d'administration et à la communication des documents et informations nécessaires à la mission des administrateurs.

***Trésorier d'entreprise**

Le trésorier d'entreprise remplit trois missions:

- **La gestion des flux et des soldes:** détermination en valeur de la position bancaire, équilibrages des comptes, gestion des financements- placements à court terme;
- **La trésorerie d'exploitation ou *cash management*,** fondement du métier, conserve ses lettres de noblesse. Elle suppose, en effet, la maîtrise d'opérations variées et complexes et doit constamment s'adapter aux évolutions;
- **La gestion des risques financiers** qui concerne trois domaines principaux:
 - La gestion de la liquidité en s'assurant que l'entreprise peut faire face à ses engagements et qu'elle dispose de financements suffisants à des conditions optimales,
 - La gestion des risques de change et de taux qui consiste à détecter, évaluer ces risques, proposer une politique de couverture et la mettre en place,
 - La gestion des risques de contrepartie, directs ou indirects, sur ses partenaires financiers, pays et clients.

Le trésorier réduit les risques financiers, modifie l'organisation de la trésorerie groupe. Au service de l'activité industrielle et commerciale, il intervient très en amont dans les négociations commerciales et dans la gestion du besoin en fonds de roulement. Il sort de son rôle d'expert pour devenir un consultant interne, grâce à sa bonne appréhension et maîtrise de l'information.

***Fonction de l'Audite interne**

L'audit interne est une fonction en pleine évolution, centrée sur les enjeux majeurs de l'entreprise : la maîtrise des risques, le développement de dispositifs et d'une culture de contrôle.

C'est également une fonction indépendante et impartiale à l'intérieur de l'organisation, généralement rattachée à la direction générale et au service de l'ensemble des membres de l'organisation.

En ce qui concerne la maîtrise des risques, l'auditeur a pour vocation de contribuer à l'identification et à l'évaluation des risques auxquels l'entreprise est exposée, à accompagner la mise en place d'un dispositif global de gestion des risques, et à évaluer l'efficacité et la pertinence de ce dispositif, notamment du contrôle interne. Le contrôle interne est un processus mis en œuvre par le conseil d'administration, les dirigeants et le personnel d'une organisation, destiné à fournir une assurance raisonnable quant à la réalisation des objectifs suivants:

- Optimisation des activités opérationnelles;

- Fiabilité des informations financières;
- Conformité aux lois et aux réglementations en vigueur.

***Une fonction sociale**

L'exploitation agricole est le cadre de travail mais aussi de vie de l'exploitant et de sa famille et éventuellement des salariés agricoles. Ce qui confère au responsable de l'exploitation des obligations particulières, par exemple au niveau du choix entre investissement productifs (tracteur ?) ou sociaux (machine à laver ?).

La responsabilité sociétale de l'entreprise est une notion qui invite également les entreprises à se comporter en toute responsabilité dans le cadre de leurs activités et de leurs relations avec leurs parties prenantes. Une telle responsabilité peut prendre plusieurs formes. Cela dépend largement du rôle assigné aux entreprises ou au contraire de celui que ces dernières s'assignent. Aussi n'est-il pas surprenant de constater qu'aucune définition unique de la RSE ne peut aujourd'hui être retenue. Chaque acteur intéressé par la RSE, qu'il s'agisse tant des entreprises, que des milieux académiques, des Etats ou de la société (Caillet, 2014).

L'entreprise influence la société. Sa contribution économique, en tant qu'agent de production, se manifeste sous la forme de création d'emplois, de produits, de valeurs, de revenus, de ressources pour les collectivités publiques (taxe professionnelle...), d'innovation et de diffusion du progrès technique. Mais l'entreprise a également une contribution non économique dans différents domaines comme le social (dons lors de manifestation, exemple : le Téléton), le culturel, le politique (dons financement partis politiques), etc. A ce titre, on parle aujourd'hui de plus en plus **d'entreprise citoyenne**, c'est-à-dire d'un agent économique socialement responsable, qui s'engage par exemple à respecter, à protéger l'environnement par le biais de diverses mesures (réduire émanations polluantes...y T89), avoir un comportement éthique (veiller à ne pas faire travailler des enfants lorsque l'entreprise fait produire à l'étranger), etc. Mais cette notion d'entreprise citoyenne tend à être de plus en plus galvaudée, utilisée à tort et à travers par les entreprises dans le seul souci d'afficher une bonne image de l'entreprise auprès de la clientèle (Caillet, 2014).

Néanmoins, il existe certaines normes internationales, comme la norme ISO 14001, attribuée aux entreprises à la suite d'un audit de certification, qui garantit aux tiers que les normes environnementales sont respectées par l'entreprise. Il y a également la création du règlement européen Eco audit qui regroupe les entreprises européennes volontaires pour améliorer leurs performances environnementales. Un logo Eco audit a été créé et les entreprises qui répondent aux normes peuvent l'utiliser. Ainsi, en plus des informations légales (bilans, compte de résultat, etc.) que les entreprises doivent fournir, elles sont de plus en plus nombreuses à établir en fin d'année des bilans environnementaux et sociétaux qui comportent des informations concernant l'apport de l'entreprise à la collectivité, à la société (Caillet, 2014).

Comme les individus, elle est confrontée à des menaces de plus en plus variées. De l'intérieur ou de l'extérieur, celles-ci prennent la forme de vols, de chantages, de kidnapping de données. En effet Toutes les fonctions précédentes, de l'entreprise, doivent être fortement protégées.

1.1.4. L'exigence d'informations et la sécurité de l'entreprise

***La sécurité de l'entreprise**

Les entreprises, grandes ou petites, sont les cibles de menaces protéiformes, telles que l'espionnage économique et les phénomènes de cybercriminalité, ou bien encore les actions d'influence, de désinformation, d'atteinte à la réputation (De la Robertie et Latour., 2015).

Par leur fragilité potentielle, les femmes et les hommes qui les composent sont également vecteurs ou cibles, comme en témoigne le développement de comportements radicaux sur les lieux de travail. L'activité des entreprises est conséquemment également concernée par divers risques, technologiques, environnementaux, ou encore humains (De la Robertie et Latour., 2015).

Dès lors, l'entreprise est pleinement un objet de la sécurité globale, et la sûreté dans sa globalité une priorité stratégique. Dans ce contexte, toutes les composantes de l'entreprise tentent de produire des anticorps. L'entreprise se protège en adoptant une posture d'anticipation. Cela impacte son organisation et, plus largement, les choix opérés par la puissance publique. L'État et l'entreprise sont liés par les enjeux de sécurité (De la Robertie et Latour., 2015).

Dans le monde globalisé qui est devenu le nôtre, l'entreprise ne peut plus se contenter de produire et de vendre des articles de qualité. Au-delà des catastrophes naturelles, des accidents conjoncturels, des ruptures énergétiques, ou des problèmes de transport, elle est sans cesse sous la menace de contrefaçons plus ou moins assumées, de piratage d'informations utiles aux concurrents, ou de divulgations de secrets techniques ou stratégiques. Elle doit en permanence améliorer la compétitivité de ses produits et sa capacité d'innovation tout en se défendant contre des agressions multiples et diversifiées dont l'ampleur est directement liée à son positionnement et à son potentiel sur le segment qu'elle occupe (Juillet, 2015).

***L'exigence d'informations**

Dans tous les domaines les entreprises fonctionnent avec les mêmes ratios, les mêmes objectifs, et quasiment les mêmes moyens selon leur taille et leur type d'activités. Le véritable problème est donc de se créer un nouvel avantage concurrentiel offensif et défensif qui va permettre la rupture avec les autres compétiteurs.

Ceci suppose de connaître parfaitement son marché, sa filière, et ses concurrents pour identifier les points forts et les points faibles, les menaces et les opportunités. En apportant la capacité de compréhension et d'anticipation, le renseignement devient la clé du succès et prend toute son importance stratégique. Cependant, dans le même temps, les concurrents les plus efficaces utilisent les mêmes méthodes pour avoir l'information sur nous dont ils ont besoin. Pour se créer un déséquilibre favorable il faut donc acquérir parallèlement à la capacité offensive une capacité plus défensive pour bloquer les recherches d'un adversaire qui a rarement le même souci de la légalité. Ceci suppose l'identification et la hiérarchisation de ce qui est réellement essentiel à la vie de l'entreprise, la mise en place de procédures protégeant spécifiquement les secrets essentiels de l'entreprise, et la sensibilisation du personnel qui doit comprendre l'impact d'une fuite sur la pérennité et l'emploi futur (Juillet, 2015).

1.1.5. Les partenaires de l'entreprise

Pour fonctionner et atteindre ses objectifs, l'entreprise entretient des relations avec plusieurs parties qui elles aussi s'intéressent au fonctionnement de l'entreprise et à son efficacité.

- **Clients** : le marché de l'entreprise dépend des ventes qu'elle réalise donc des achats de ses clients (ménages, administrations, autres entreprises, banques...). P. Drucker qualifie le client de « pilier de l'affaire dans la mesure où il est le seul à donner du travail à l'entreprise ». Il considère que le seul but de l'entreprise est de satisfaire les besoins du client et à travers lui les besoins de la société toute entière (Agnès et Le Gall., 2006).

- **Les autres entreprises** : peuvent être **fournisseurs** dont le prix d'achat des matières premières, prix d'énergie fournie, installations, services conditionnent le prix de vente des produits de l'entreprise, ou bien **concurrents** que l'entreprise prend en compte (prix appliqués par les concurrents, caractéristiques de leurs produits).

- **Les salariés (syndicats)**: la charge salariale représente un élément important du prix de revient du produit de l'entreprise mais aussi la qualité du travail et la productivité de ses salariés. Les salariés et leurs syndicats suivent de près le développement de l'entreprise et les décisions prises par cette dernière (Agnès et Le Gall., 2006).

L'entreprise doit concilier exigences des salariés et coût qui permet d'être compétitive.

- **Banques et institutions de crédit** : l'entreprise obtient des crédits auprès des banques et verse des intérêts qui représentent un élément de coût.

- **Administrations** : Etat et les collectivités locales qui lui réclament des impôts et des taxes ainsi que les organismes sociaux à qui elle doit verser des cotisations sociales. Mais elle s'adresse à ces administrations pour obtenir des aides ou utiliser des biens et services collectifs que ces administrations créent et entretiennent (Agnès et Le Gall., 2006).

- **Autres acteurs** : investisseurs, public, associations (protection de l'environnement, associations culturelles ...).

1.1.6. Classification des entreprises

Aucune entreprise n'est identique à l'autre elle diffère par leurs missions, taille, implantation géographique et par leurs statuts juridiques. Les typologies sont destinées à classer les entreprises à partir de différents critères (Rochat, 2015).

* A partir de son activité: classifications et nomenclatures

Les nomenclatures d'activités des entreprises correspondent à une volonté de classification des entreprises à des fins statistiques. Elles permettent de mieux comprendre le fonctionnement de l'économie et son évolution. Elles ont cependant une utilité pour les entreprises car l'appartenance à une classe d'activité détermine certaines règles de fonctionnement. Plusieurs types de classification ont été faits. L'une des premières est la classification de **Colin Clark** que vous connaissez certainement découpée en 3 grands secteurs d'activité: **primaire, secondaire et tertiaire**.

Au 19^{ème} siècle, le célèbre économiste **Jean-Baptiste Say** (1767-1832) avait proposé une classification des industries en trois grands types: **industrie agricole, industrie**

manufacturière et **industrie commerciale**. Aujourd'hui, l'une des typologies des activités économiques les plus usitées est celle de Colin Clark (économiste également).

Colin Clark découpe le système productif en trois grands secteurs d'activité:

- **Le secteur primaire** qui regroupe les entreprises dont les activités sont liées à l'exploitation du milieu naturel, et aboutissent à la mise à disposition de matières premières. Il comprend : l'agriculture, la pêche, la sylviculture et l'extraction minière.

- **Le secteur secondaire** qui rassemble les entreprises réalisant la transformation des matières premières en biens de production ou en biens de consommation : industrie, BTP, constructeurs automobiles, avionneur (Dassault, Airbus, etc.). Bref, il comprend l'artisanat et les entreprises industrielles.

- **Le secteur tertiaire** inclut les entreprises de services : commerces, banques, assurances, transport, administration mais aussi services aux personnes tels que les coiffeurs, pressings, etc.

L'INSEE a élaboré des classifications plus détaillées pour analyser l'activité économique nationale. Il s'agit de nomenclatures d'activités destinées d'une part, à identifier les entreprises à partir de leurs activités et d'autre part, à l'analyse de l'évolution de l'économie à partir des concepts de **secteur**, de **branche** et de **filière**.

-**Le secteur**: correspond à l'ensemble des entreprises qui exercent la même activité principale. Exemples : secteur de la construction, secteur de l'éducation, de la santé.

-**La branche**: est un regroupement comptable de toutes les unités de production qui fabriquent le même produit. Exemples : toutes les entreprises produisant des téléphones.

-**La filière**: comprend toutes les activités qui participent d'amont (matières premières) en aval (commercialisation) à la création et à la vente de certaines catégories de produits. Exemples : la filière bois, la filière chimique, la filière pétrolifère (Esso extraction du pétrole en mer, sur terre, raffinage, distribution dans stations services).

***A partir de sa taille/dimension**

La taille est un critère très utilisé pour définir des classes d'entreprises. Il est néanmoins indispensable de définir des indicateurs de dimension pertinents. Les **TPE** et **PME** d'une part, et les groupes d'autre part. Voyons quels sont les indicateurs de taille pertinents.

- Les indicateurs de taille

La taille de l'entreprise peut se mesurer de différentes façons ; les indicateurs les plus fréquemment utilisés sont l'**effectif**, le **capital immobilisé** et le **capacité de production** et enfin **les résultats** (CA annuel, valeur ajoutée, bénéfices).

L'effectif: le critère de l'effectif fait référence car il est simple d'accès et facile à mettre en œuvre.

Selon l'INSEE, les entreprises sont répertoriées en 4 classes selon leurs effectifs :

- **TPE**: très petite entreprise de 0 à 9 salariés
- **Les PE**: Petite Entreprise de 10 à 49 salariés
- **Les ME**: Moyennes Entreprises de 50 à 499 salariés
- **les GE**: Grandes Entreprises + de 500 salariés.

Parmi la classe GE, l'INSEE distingue 3 sous-classes :

- Les petits groupes : de 500 à 1 999 salariés
- Les moyens groupes : de 2 000 à 9 999 salariés
- Et les Grands groupes : > 10 000 salariés.

Exemples de grands groupes français (**source INSEE 2002**):

- **Carrefour** (Hypermarchés): 68 milliards € pour 397 000 employés
- **Vivendi Universal** (Services): 58 md € pour 62 000 employés
- **PSA** (Automobiles): 54 mds € pour 199 000 employés
- **Renault**: 36 mds € pour 132 000 employés
- **Auchan**: 27 mds € pour 143 000 employés
- **PPR**: 27 mds € pour 113 000 employés

Selon (*Diani, 2012*) on distingue en USA:

- 1-250 : petite E/se
- 250-500 : moyenne E/se
- > 500 : grande E/se

Tableau 02: les 10 plus grandes entreprises mondiales par effectif employé de 2010 selon le fortune global 500.

Rang	Nom	Pays	Chiffre d'affaires (Mds. \$)	Effectif	Secteur
1	Wal-Mart	États-Unis	421 849	2 100 000	Commerce de détail
2	China National Petroleum Corporation	Chine	240 192	1 674 541	Pétrole
3	State Grid	Chine	226 294	1 564 000	Pétrole
4	Sinopec	Chine	273 422	640 535	Pétrole
5	Toyota Motor	Japon	221 760	317 716	Automobile
6	Japan Post Holdings	Japon	203 958	233 000	Services
7	Exxon Mobil	États-Unis	354 674	103 700	Pétrole
8	Royal Dutch Shell	Pays-Bas	378 152	97 000	Pétrole
9	BP	Royaume-Uni	308 928	79 700	Pétrole
10	Chevron	États-Unis	196 337	62 196	Pétrole

Source: Classement 2010 des 500 plus grandes entreprises mondiales, sur CNNMoney.com. (Classement pour 2010 paru en 2011).

La définition des PME en Algérie reste flou jusque a décembre 2001, l'adoption de la loi d'orientation sur la promotion de la PME (n°1/18 du 12/12/2001) définit dans son article 4 la PME comme suit : « la PME est définie, quel que soit son statut juridique, comme étant une entreprise de production des biens et services : - Employant de 1 à 250 personnes ; - Chiffre d'affaires d'annuel ne dépassant pas les 2 milliards de dinars ; - Le total du bilan annuel ne dépassant pas les 500 millions de dinars (Tari et Attari., 2018).

Tableau 03: Typologies des PME/PMI

Entreprise/critères	Effectifs	Chiffres d'affaires	Bilan annuel
Moyenne entreprise (ME)	50 à 250	200 millions à 2 milliards DZD	100 à 500 millions de DZD
Petite entreprise (PE)	10 à 49	< 200 millions DZD	< 100 millions DZD
Très petite entreprise/ micro entreprise (TPE)	01 à 09	< 20 millions DZD	< 10 millions DZD

Source: selon la loi d'orientation sur la promotion de la PME en Algérie IN (Tari et Attari., 2018).

*** A partir de sa forme juridique**

La grande diversité qui caractérise les entreprises, en termes d'activité et de dimension (ou taille), se retrouve également dans le domaine juridique où de nombreuses formes cohabitent. Le régime juridique d'une entreprise dépend de plusieurs paramètres comme **l'activité**, sa **finalité** et la **propriété du capital**. La forme juridique a bien évidemment une incidence sur le fonctionnement de l'entreprise.

En retenant comme paramètres celui de la propriété du capital et de la finalité de l'entreprise, on peut distinguer les entreprises du **secteur privé**, les entreprises du **secteur public** et enfin les entreprises de **l'économie sociale**.

- Les entreprises du secteur privé

Dans le secteur privé, les **entreprises** peuvent être **individuelles** (c'est-à-dire que la personnalité juridique de l'entreprise se confond avec celle de l'entrepreneur : artisans, commerçants), mais le plus souvent, l'activité économique se réalise dans le cadre de **sociétés** qui dans la majorité des cas sont fondées à partir d'un contrat de société (**SARL, SA, etc.**). Ce contrat de société confère à la structure ainsi créée, **une personnalité morale** qui lui permet de constituer une entité distincte des personnes que l'on appelle **associés**. Cette personnalité morale devient effective après immatriculation de la société au RCS (Registre du Commerce et des Sociétés). La société a pour but de faire des bénéfices et de les partager ce qui n'est pas le cas par exemple des **associations**. La société privée se distingue également de la société publique par la propriété du capital.

Parmi les entreprises privées, on distingue celles régies par le **droit civil** (sociétés agricoles, sociétés civiles immobilières) de celles régies par le **droit commercial**.

Les entreprises régies par le droit commercial se distinguent en 2 catégories d'une part, les **entreprises individuelles** et d'autre part, **les sociétés**. Les sociétés se subdivisent elles-mêmes en 3 catégories : les sociétés par intérêts ou de personnes (Société en nom collectif¹ et société en commandite simple²), les sociétés par actions ou de capitaux (SA, SAS, société en commandite par actions³) et les sociétés à responsabilité limitée (EURL et SARL).

Selon le Guide fiscal de l'investisseur en Algérie (38/60) édité par le ministère de finance en juillet 2019 la classification est comme suit:

- Les sociétés de personnes: Elles comprennent

a- Les sociétés en nom collectif (SNC): composé de 2 à 9 associés (Hammam, 2011)

Dans ce type de sociétés, les associés ont tous la qualité de commerçant et répondent indéfiniment et solidairement des dettes sociales.

L'avantage de cette forme juridique présente une organisation statutaire souple et il n'est pas exigé un capital minimum obligatoire.

b- Les PME : peuvent adopter cette forme sociale lorsqu'elles disposent de faibles capitaux notamment pour les projets innovants peu consommateurs de fonds propres.

Les sociétés en commandite simple:

Elles se caractérisent par la présence de deux groupes d'associés:

- Les commandités qui ont la qualité de commerçant et sont solidairement responsables des dettes sociales.

- Les commanditaires qui sont des associés qui ne répondent des dettes sociales qu'à concurrence de leurs apports.

Cette forme sociale favorise le développement d'une société familiale par apport de capitaux nouveaux sans que pour autant que les initiateurs du projet en perdant la maîtrise. La SCS est la solution pour une ouverture en douceur du capital.

-Les sociétés en participation

Les sociétés en participation sont des sociétés qui ne sont pas immatriculées au registre de commerce et dépourvues de la personnalité morale. Leur constitution ne nécessite aucune formalité, elles sont cependant soumises à l'obligation de souscrire une déclaration d'existence auprès des services fiscaux. Elles sont le cadre idéal de sociétés prenant en charge des opérations ponctuelles d'envergure telles que les chantiers de travaux publics et les exploitations agricoles. Cette forme sociale permet le développement de la sous-traitance par le regroupement des maîtres

- Les sociétés de capitaux: Elles comprennent

A- Les sociétés par actions (SPA)

La société par actions est constituée entre des associés qui ne supportent les pertes qu'à concurrence de leurs apports.

Le nombre des associés ne peut être inférieur à sept (07) membres (Hammam, 2011). Leur capital ne peut être inférieur à 5.000.000 DA si la société fait publiquement appel à l'épargne et 1.000.000 DA dans le cas contraire.

La SPA est une structure par excellence de grandes entreprises susceptibles de dégager des bénéfices conséquents mais consommatrices de fonds propres par l'ouverture de capital.

Les sociétés en commandite par actions:

Les sociétés en commandite par actions dont le capital social doit être divisé en actions se caractérisent par l'existence de deux groupes d'associés :

- Les commandités qui sont des commerçants indéfiniment et solidairement responsables du passif social et dont les parts ne sont pas librement cessibles.

- Les commanditaires qui, contrairement aux commandités, ne sont responsables des dettes de la société qu'à concurrence de leurs apports et leurs actions sont librement négociables. Leur nombre ne peut être inférieur à (03) membres.

B- Les sociétés à responsabilité limitée (SARL, EURL).

Elles sont constituées entre des associés qui ne supportent leurs pertes qu'à concurrence de leurs apports. Le capital social ne peut être inférieur à 100.000 DA. La valeur nominale des parts sociales est fixée à 1.000 DA au moins.

La SARL est une structure juridique bien adaptée aux petites et moyennes entreprises. Elle est composée de 2 à 20 associés (Hammam, 2011).

Elle permet de développer un projet sans changer de forme juridique. La SARL est une société dont la responsabilité des associés est limitée au montant de leurs apports. La SARL est une société fermée avec un petit nombre d'associés qui se connaissent bien.. Deux associés suffisent pour constituer une SARL. Une SARL peut être constituée avec un seul associé : elle devient une EURL (entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée). La SARL est constituée facilement et son fonctionnement est simple. Un seul gérant suffit pour diriger la SARL. Le gérant peut avoir le statut fiscal et social de salarié (gérant minoritaire) ou de travailleur indépendant (gérant majoritaire).

Lorsque cette société ne comporte qu'une seule personne en tant qu'associé unique, elle est dénommée unipersonnelle à responsabilité limitée « EURL».

Cette forme sociale permet la cessibilité des parts sociales. Par contre, elle est contraignante par le fait qu'il est exigé la libération totale des parts sociales. La **figure 05** récapitule les formes juridiques précitées.

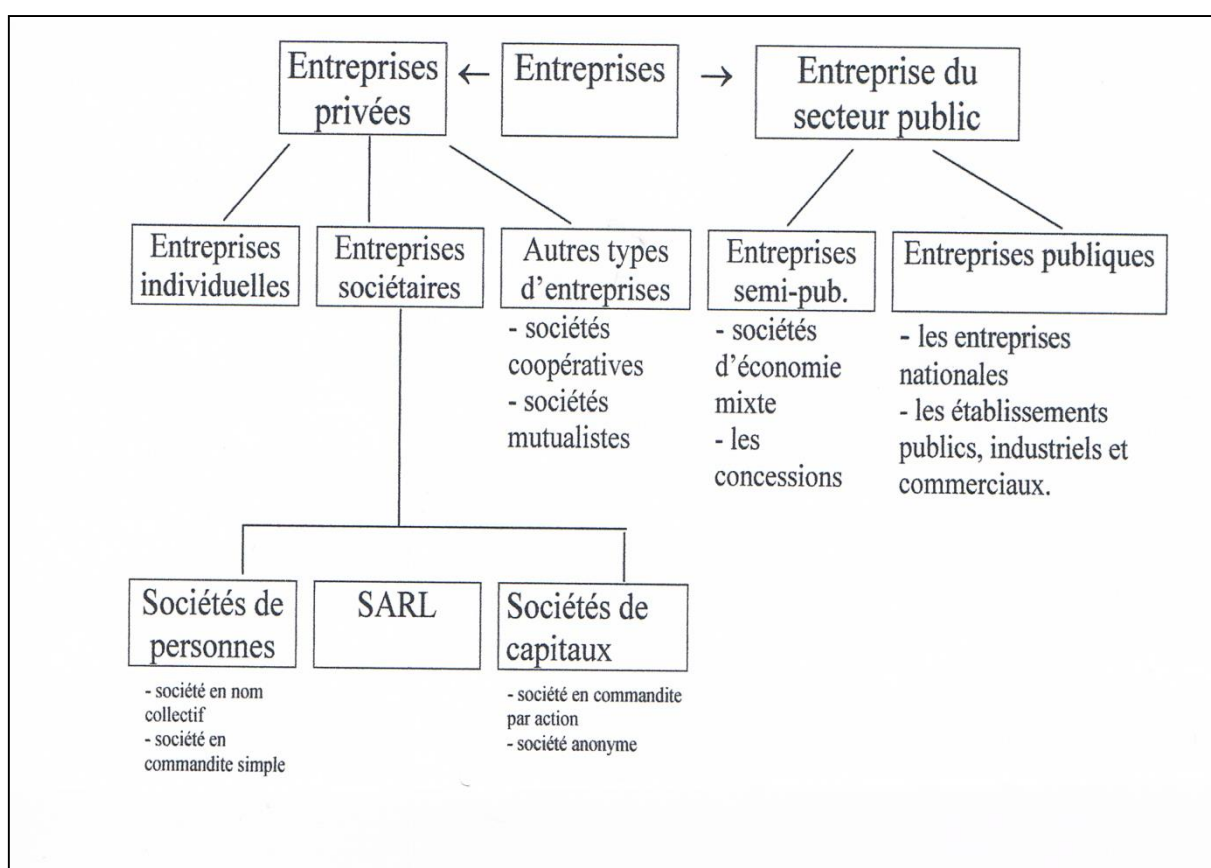


Fig. 05: La classification juridique de l'entreprise (Dlani, 2012).

1.2. La Gestion

1.2.1. Les objectifs de gestion

La gestion de l'entreprise est une science parce que elle englobe plusieurs connaissances et théories et aussi un art parce qu'elle dépende de l'expérience dans le domaine de la gestion et de l'innovation donc la gestion de l'entreprise est une science et un art en même temps.

L'entreprise agricole combine les facteurs de production (sol, capitaux, travail) pour obtenir des produits qui seront mis sur le marché afin d'obtenir un revenu. Ce revenu dépend:

- **De la nature et de la quantité des produits obtenus**, donc du système de production utilisé;
- **Des prix**;
- **Des coûts des facteurs de production**.

Il faut noter que les facteurs de production identiques, combinés différemment, peuvent donner des systèmes de production très différents, donc aboutir à des résultats économiques eux - mêmes très différents.

L'agriculteur doit donc choisir entre plusieurs possibilités. La gestion a pour objectif de l'aider dans ce choix (Kaci, 2008).

Certes, l'objectif immédiat pour un exploitant est l'augmentation de son revenu.

Mais d'une façon large, il s'agit pour l'agriculteur d'accroître le bien - être de sa famille: amélioration du niveau de vie et épanouissement humain. C'est l'aspect social de gestion.

1.2.2. Définition de la gestion

Gérer une exploitation consiste à se poser deux questions essentielles:

- **Que faut – il produire ?** Doit- on faire du blé ? Du maïs ? De la viande ? Du lait ?
- **Comment faut- il produire ? Avec quels moyens ?** Quelle main – d'œuvre ?

Quelle traction ? Gérer, c'est donc prendre **une décision** en fonction d'objectifs concernant l'activité d'une exploitation compte tenu du milieu, des conditions du marché, et des possibilités propres de l'exploitant (Kaci, 2008).

*Définition de la décision

On peut définir la décision comme le choix d'une solution ou d'une orientation à partir d'informations et de critères qui aident à comparer entre elles plusieurs possibilités. Influencé par de nombreux facteurs, ce choix dépend d'un système de valeurs qui fournit des bases d'évaluation.

Toute décision est à la fois individuelle (par l'engagement des acteurs qui la prennent) et collective (par l'impact des environnements ou l'intervention d'autrui). Décider c'est donc choisir une solution parmi plusieurs options possibles afin d'atteindre un objectif : résoudre un problème, saisir une opportunité.

1.2.3. Types et caractéristiques des décisions

Il existe deux grands types de décisions :

- Les décisions qui n'engagent pas ou peu, l'avenir d'une exploitation. Ce sont des décisions prises au jour le jour, **des décisions tactiques**: quel jour va – t – on semer ? Quel engrais acheter ?

- Les décisions qui entraînent des modifications plus ou moins importantes de l'appareil de production. Ce sont **des décisions stratégiques** : faut – il changer de production ? Augmenter ou modifier son troupeau.
- Les décisions sont **une nécessité** : quand surgit un problème dans l'entreprise, celui-ci doit être traité.
- Les décisions sont **plus ou moins complexes** : certaines décisions de part leur complexité nécessitent l'implication de nombreux acteurs, experts...
- Les décisions peuvent être à **court terme** (avec des effets sur une courte période, décisions courantes), à moyen terme (assurent la continuité de l'entreprise) et à **long terme** (relèvent de l'avenir de l'entreprise).

1.2.4. Démarche de prise de décision

La gestion suppose les démarches suivantes, il faut :

- **Etablir le diagnostic** en analysant l'exploitation à partir des données chiffrées, par exemple fournies par la comptabilité, cette comparaison peut s'établir au niveau même de l'exploitation ou avec d'autres exploitations semblables ;
- Prendre la décision** qui doit être préparée par l'établissement de modèles ou plans construits à partir des éléments de l'exploitation et compte tenu des contraintes existantes ;
- **Vérifier l'efficacité** des décisions prises en effectuant une nouvelle analyse de la situation à partir de la comptabilité. Ce processus se renouvelle d'année en année.

Au niveau de chacune des démarches (diagnostic, décision, vérification) des méthodes différentes sont utilisées (Kaci, 2008).

1.2.5. La chaîne de valeur de l'entreprise

L'entreprise se définit comme un ensemble d'activités destinées à concevoir, fabriquer et distribuer son produit. Ces activités sont distinctes les unes des autres, mais reliées entre elles dans le but de fournir un service à un client. Elles sont regroupées au sein d'une chaîne de valeur. Chacune de ces activités peut, en effet, être créatrice de valeur pour le client, soit en permettant une réduction de coût, soit en apportant un facteur de différenciation.

On distingue deux catégories d'activités:

- **Les activités principales** sont celles qu'impliquent la réalisation du produit ou du service, sa commercialisation, son transport jusqu'au client et le service après-vente.
- **Les activités de soutien** sont celles qui viennent en support des activités principales : approvisionnement, gestion des ressources humaines. L'infrastructure de la firme désigne la direction générale, la gestion financière, etc.

1.3. Approche comptable de l'entreprise

1.3.1. Généralités

* Définition de la comptabilité

-La comptabilité

Est l'ensemble des règles normalisées à appliquer dans l'enregistrement, le classement et le traitement des données chiffrées d'une entreprise. L'entrepreneur en a besoin pour connaître la situation financière et patrimoniale de son entreprise, et lui permettre de prendre ses décisions en connaissance de cause (Bechkir et Merzouk 2008). La comptabilité est un tableau de bord permanent pour l'entreprise.

*Utilité de la comptabilité

Outre qu'elle est une source d'information indispensable pour l'entreprise, la comptabilité joue d'autres rôles tout aussi importants:

- Elle est l'instrument le plus équitable du calcul de l'impôt;
- Elle permet en particulier aux agriculteurs le calcul du bénéfice réel;
- c'est un instrument d'information pour les tiers sur la marche de l'exploitation, en particulier pour les banques qui désirent connaître la situation réelle de l'entreprise avant de la financer;
- c'est enfin un instrument d'information pour l'Etat qui connaît par ce moyen la situation des agents économiques et peut prendre en connaissance de cause ses décisions politiques (Bechkir et Merzouk 2008).

La comptabilité comporte deux groupes d'opérations:

- La comptabilité générale

Les opérations qui retracent les relations de l'entreprise avec l'extérieur. Elle donne à l'entrepreneur le résultat global de l'entreprise pendant la période considérée. Elle indique l'évolution de son patrimoine.

- La comptabilité analytique

Les opérations qui retracent les relations qui existent à l'intérieur de l'entreprise entre différentes activités. Elle renseigne l'entrepreneur sur le fonctionnement interne de son entreprise, qui permet de dégager les coûts par production et la rentabilité de chaque activité (Bechkir et Merzouk 2008).

*** L'inventaire**

L'inventaire est le dénombrement et l'estimation des biens agricoles de l'exploitant à une date donnée. Il permet de chiffrer son patrimoine. Il sert à établir le premier bilan (bilan d'ouverture). Il permet de constater à la fin de chaque exercice les variations d'inventaire.

***Notion d'exercice**

On appelle **exercice** le temps qui sépare deux inventaires successifs et à la fin duquel on établit le bilan et le compte d'exploitation. Il dure un an. On le fait généralement le 1^{er} Janvier.

***Le système de comptes**

Les opérations ou écriture comptables sont enregistrées dans un ensemble de comptes dont la liste est dressée par le Plan Comptable National (Voir document distribué).

On appelle **compte** le tableau dans lequel sont enregistrées les opérations qui ont un caractère commun.

Un compte se présente sous la forme d'un tableau à deux colonnes : la colonne DEBIT, toujours à gauche et la colonne CREDIT, toujours à droite (Bechkir et Merzouk 2008).

Chaque compte porte les indications suivantes:

- La date ;
- Un libellé sommaire des opérations;
- Le montant du mouvement. Ce montant s'inscrit:

A- **Au crédit** pour les sorties du compte (origine), par exemple un prélèvement au compte caisse s'inscrit au crédit ;

B- **Au débit** pour les entrées du compte (destination des fonds).

Tableau 04: Présentation d'un « compte ». Compte caisse

Date	Libellé des opérations	DEBIT	CREDIT
25.09.2019	Situation initiale (en caisse)	102000	
	Paiement du vétérinaire		8000
	Encaissement d'un veau	85000	
	Dépôt au crédit Agricole		15000
	Totaux en début de journée	187000	23000
	Solde en fin de journée		164000
	Totaux arrêtés	187000	187000
	Solde à nouveau compte	164000	

Dans la comptabilité "en partie double" chaque opération fait l'objet d'une écriture sur deux comptes : un compte qui "donne" (qui crédite) et un compte qui "reçoit" (qui débite). Ainsi, dans l'exemple précédent :

- Le compte "soins des animaux" sera débité de 8000 DA.
- Le compte "produits animaux" sera crédité de 85000 DA.
- Le compte "banque sera débité" de 15000 DA.

A la fin de l'exercice, chaque compte est "soldé". Le solde est la différence entre le débit et le crédit.

Le compte est dit "débité" si le débit est supérieur au crédit, "crédité" dans le cas inverse (Kaci, 2008).

1.3.2. Les pièces comptables

Les pièces comptables sont tous les documents écrits qui permettent la constatation des opérations commerciales et économiques effectuées par l'agriculteur et que celui-ci doit conserver. Elles sont nombreuses.

*Le bon de commande

IL est établi par l'acheteur qui le remplit intégralement, la date et le signe. Il est remis au vendeur mais le client doit en garder un double. La livraison doit être conforme aux indications du bon de commande.

*Le bon de livraison

Ce document doit accompagner la marchandise livrée. Il permet au destinataire de vérifier le contenu de la livraison. Il justifie la rédaction de la facture avec laquelle il est nécessaire de la confronter.

*Le reçu

C'est le document qui constate la remise d'argent ou d'objets.

***La facture**

Le paiement d'une livraison se fait sur présentation d'une facture. Celle – ci doit mentionner le détail des marchandises vendues et leur prix.

Elle porte obligatoirement :

- Le nom ou la raison sociale du vendeur et de l'acheteur;
- La date;
- La nature et les quantités des marchandises;
- Le prix unitaire et le prix total;
- Les indications de référence au bon de commande et au bon de livraison;
- Le montant de la TVA supportée par la marchandise ou le service;
- Le mode de règlement.

*** L'établissement des factures**

- Sur vos factures, vous devez mentionner obligatoirement :
- Le numéro d'identification fiscale (N.I.F);
- Le prix net des marchandises et services;
- Le montant de la TVA;
- Le taux de la TVA;
- Le nom et l'adresse du client;
- La nature et la date de l'opération (Anonyme 2019).

La facture "pro - forma" précède la vente, elle équivaut à un devis. Si la vente est conclue, la facture doit être identique à la facture "pro - forma".

1.3.3. Les autres pièces comptables

Le double des fiches de paie des salariés, les reconnaissances de dettes, etc. sont aussi des pièces comptables.

1.3.4. Les moyens de paiement

***Le règlement en nature**

On peut payer, en partie, un salarié en lui fournissant différents produits ou services : œufs, lait, logement, etc.,...

***Le règlement en espèces**

Le vendeur doit remettre un reçu ou quittance à l'acheteur ; cette pièce doit être datée, signée et revêtue des timbres fiscaux dont le montant est proportionnel à la somme reçue.

***Le chèque**

Le chèque est un écrit par lequel une personne qui possède des fonds dans une banque donne à celle – ci l'ordre de verser une certaine somme à une autre personne (le bénéficiaire).

***Le virement**

Il supprime tout déplacement d'argent; lorsque deux personnes ont de l'argent dans la même banque, l'une d'elle peut transférer de l'argent sur le compte de l'autre. Le virement est aussi possible quand les comptes sont dans des banques différentes.

***Les comptes de chèques postaux**

Toute personne peut déposer de l'argent à un compte postal tenu par l'administration des PTT. Les diverses opérations effectuées par l'intermédiaire d'une banque (paiement par chèque et virement) sont également possibles entre personnes titulaires de comptes chèques postaux.

1.3.5. Les documents comptables

Les livres comptables servent à:

- Enregistrer les mouvements en nature et en espèces ;
- Relever les valeurs d'inventaire ;
- Centraliser les résultats pour établir le bilan et le compte d'exploitation.

*Le carnet de poche de l'exploitant

C'est un carnet sur lequel l'exploitant note, au fur et à mesure de leur déroulement, toutes ses opérations financières, avec la date, la nature, le montant.

*Le journal

C'est le document le plus important que l'exploitant doit remplir. Il doit le faire avec le plus grand soin.

Il est destiné à recueillir, en les classant, les opérations inscrites sur le carnet précédent. Les dépenses et les recettes sont ventilées en un certain nombre de colonnes.

Exemple : l'entreprise a acheté le 8 Novembre des produits de traitement de Vx pour 15 000 DA par banque.

Tableau 05: Le journal

N° compte Débit	N° compte Crédit	Date	Montant Débit	Montant Crédit
312	485	Produits de Traitement des Vx	15 000	
		Banque		15 000
		Comptes débités Achats des produits Vx		
		Comptes crédités		

*Le grand livre

C'est un document qui récapitule toutes les opérations comptables d'une entreprise. Celui – ci sert à compléter le journal et constitue un moyen de contrôle et de vérification (rectification). Pour établir le grand livre, nous sommes tenus de répertorier le montant de tous les éléments. Par ailleurs, le calcul des soldes à l'intérieur du grand livre nous permet d'établir le bilan de l'entreprise.

*Le bilan

Li bilan est l'état, ou la photographie, à un moment donné, du patrimoine d'une entreprise, décomposé en ses différentes parties.

Il se présente sous la forme d'un tableau à deux colonnes : les indications de la colonne de gauche portent le nom de **l'actif**, celles de la colonne de droite de **passif**.

L'actif et le passif doivent toujours être égaux.

A- Le passif

Il indique l'origine des fonds d'un patrimoine de l'entreprise.

- Fonds Propres ou capital : Ils représentent l'apport initial de capitaux afin de doter l'entreprise de moyens pour exercer son activité.
- Dettes à moyen et long termes (DMLT) : Ce sont les capitaux empruntés sur une période de plus d'un an.
- Dettes à court termes (DCT): Ce sont les capitaux empruntés à moins d'un an.
- Le résultat de l'exercice : S'il existe un bénéfice, il doit être restitué à l'ayant droit, ou alors il peut servir à augmenter la capacité de l'entreprise (Autofinancement).

Il devient donc une ressource restituable.

B- L'actif

Il indique la manière dont sont utilisées les ressources de l'entreprise. Il contient les classes suivantes:

- Les valeurs immobilisées ou immobilisations, ou "actif immobilisé" ;
- Les stocks ou valeurs d'exploitation ;
- Les valeurs réalisables à court terme ou compte de tiers (créances) ;
- Les valeurs disponibles ou comptes financiers.

Ces trois dernières classes forment ce que l'on appelle "l'actif circulant".

Tableau 06: présentation d'un bilan

N°	ACTIFS	Montant	N°	PASSIFS	Montant
02	Investissement	1 300 000	01	Fonds propres Dettes Résultats	1 500 000
03	Stocks	500 000	05		500 000
04	Créances - Disponibilités	400 000	08		200 000
TOTAL		2 200 000	TOTAL		2 200 000

*Le compte de résultats

Le résultat traduit l'enrichissement (ou l'appauvrissement) de l'entreprise et est lié aux opérations au cours de l'exercice, qu'elles soient courantes (résultat courant) ou exceptionnelles (résultat exceptionnel).

Le tableau de compte de résultat montre quel a été l'accroissement de richesse de l'entreprise durant une année d'activité. Le résultat de l'entreprise est la différence entre tous les produits et toutes les charges de l'exercice, indépendamment des flux de trésorerie qui leur sont associés.

Tableau 07: Exemple de compte de résultat.

CHARGES		PRODUITS	
<u>Charges d'exploitation</u>	2 700	<u>Produits d'exploitation</u>	8 300
Achat des matières premières	- 100	Production vendue	0
Variation de stocks (MP)	1 400	Production stockée	0
Autres charges externes	1 800	Production immobilisée	0
Impôts, taxes	1 400	Autres produits	
Charges personnel	200		
Amortissement			
	200		300
<u>Charges financières</u>	100	<u>Produits financiers</u>	100
Intérêts	100	Intérêts	
	400		
Charges exceptionnelles		<u>Produits exceptionnels</u>	
Participation des salariés			
Impôts sur les bénéfices	500		
	8 700		8 700
Bénéfice net			

Source: (kaci, 2008)

La **figure 06** explique toutes les phases de déroulement de la comptabilité générale

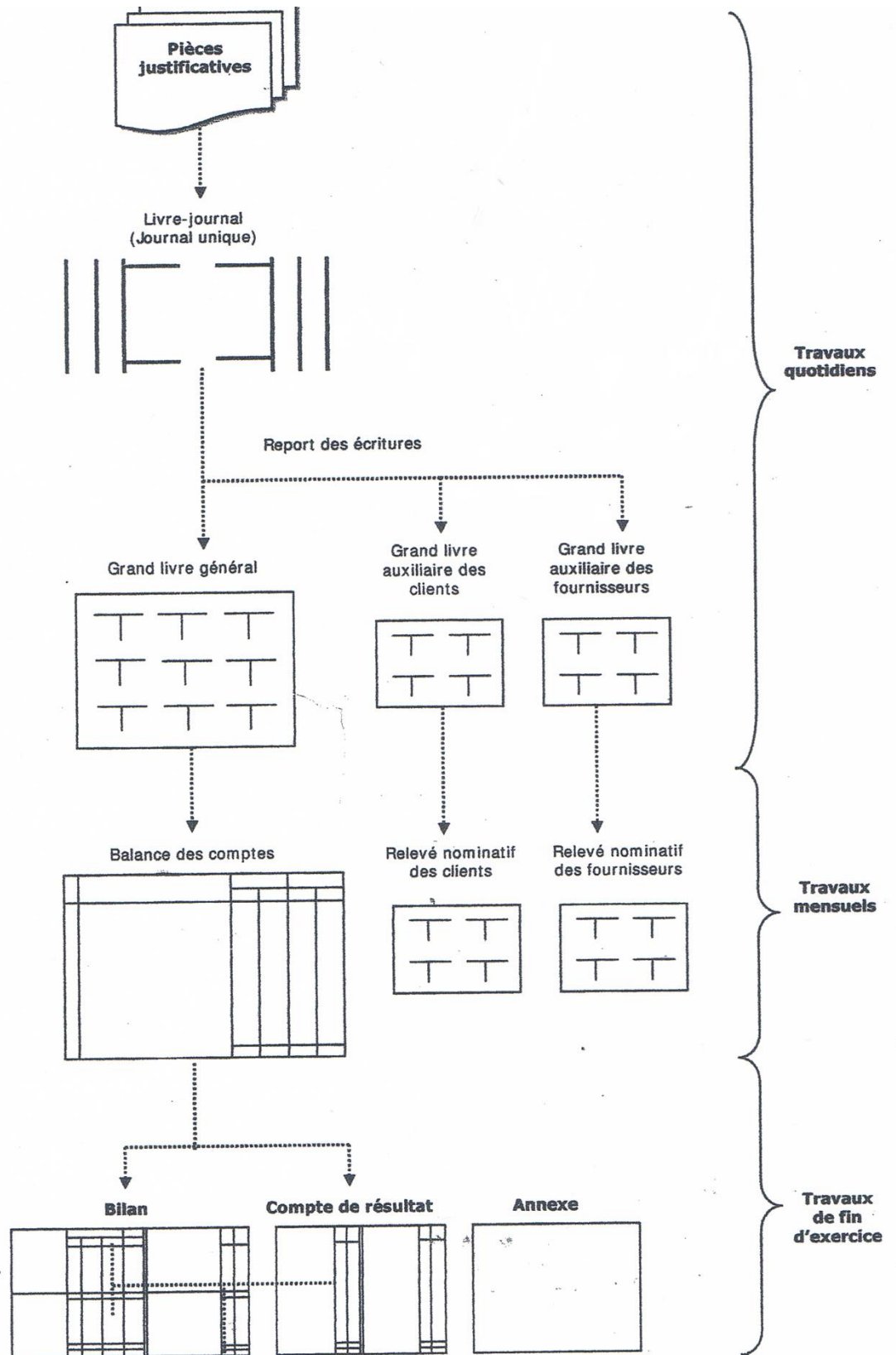


Fig.6: Schéma de la comptabilité générale

Chapitre 02: Création d'une entreprise et conception d'un produit ou d'un service

2.1. L'esprit de l'entreprise ?

Cette question fondamentale nous entraîne à réfléchir à la nature de la richesse. En effet, il ne suffit pas d'avoir un pays fertile avec de grandes ressources pour être prospère. Or, puisque cette richesse insaisissable ne se saisit pas dans un milieu favorable, où peut elle être? La réponse à ce mystère peut sembler surprenante, car à part quelques exceptions, la richesse ne se trouve pas, elle se fabrique!

C'est en créant de la richesse qu'un pays peut se développer et s'élever vers la prospérité. La prospérité et le développement social ne vient ni de l'argent ni des barèmes des salaires mais qu'ils dépendent des capacités à produire ou non de la richesse. Par exemple, dans de nombreux pays, il est possible de trouver des couches d'argile. Cette terre, qui n'est pas fertile, n'a pas de valeur agricole. Toutefois, cette matière abondante et gratuite est capable de répondre à l'un des grands besoins de l'humanité; elle permet de construire **figures 07 et 08**. Cette illustration sur la fabrication des briques permet d'observer que la création de richesses se réalise lors d'un processus de transformation; grâce aux actions opérées par le travail, le produit acquiert une valeur de sortie supérieure à celle qu'il avait en entrant (Rochat, 2015).

Les créateurs, les inventeurs, ou les entrepreneurs ne voient pas l'île comme elle est mais comme elle peut devenir. Une machine à créer des richesses absorbe et transforme les choses afin de leur donner une utilité et de la valeur.

Entrée + transformation = davantage de valeur.

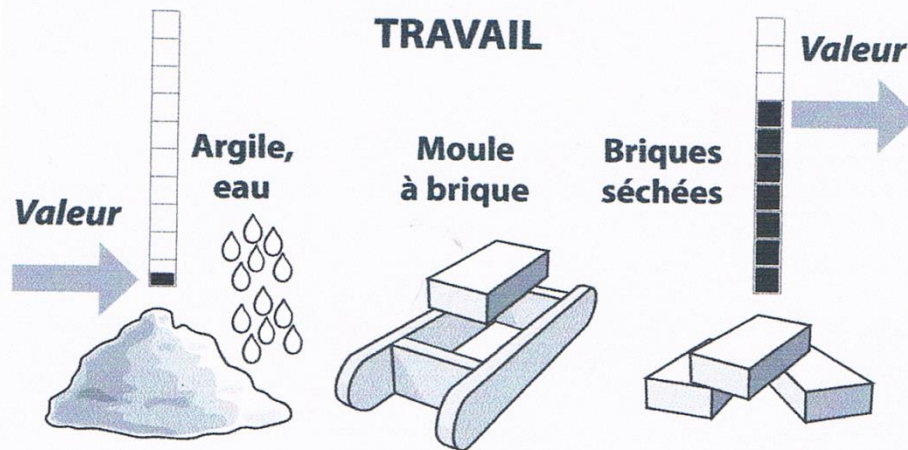
A Retenir: Sur ces mêmes principes de valorisation que sont édifiées les plus grandes entreprises.

Beaucoup de personnes dans le monde souhaitent créer leur entreprise et ce désir est encore renforcé par les «success story» qui racontent comment des personnes de conditions modestes sont devenues les propriétaires de belles maisons, de voitures et de produits de luxe... Tout cela alimente les rêves, mais la réalité n'est pas si simple et si le monde compte beaucoup de candidats au statut de chef d'entreprise, un grand nombre finissent démoralisés d'avoir perdu leurs économies, la confiance des autres et leurs illusions (Rochat, 2015).

Créer ou gérer une entreprise n'est pas une chose facile et avant de se lancer dans l'aventure, il est utile de comprendre les principes qui permettent à une entreprise de fonctionner car finalement, question à mille points, une entreprise, c'est quoi?

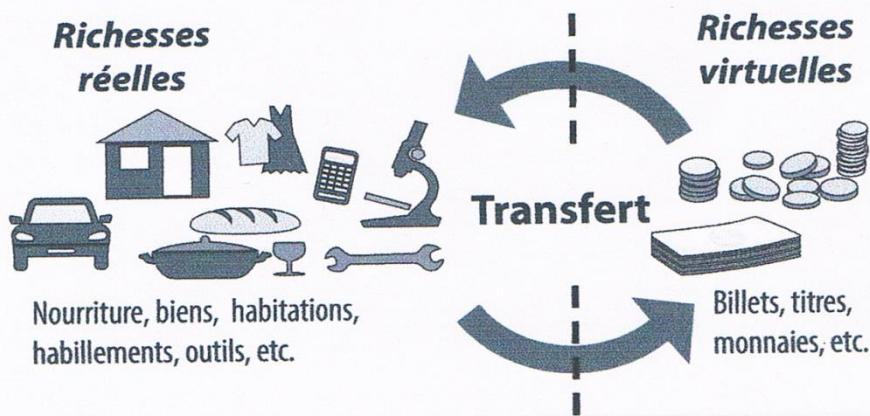
Si vous demandez à des passants de définir la richesse, la plupart vous répondront que pour être riche il faut avoir beaucoup d'argent. Selon cette vision populaire, la richesse habite les billets de banque ou les pièces de monnaie.

Alors que notre imagination nous entraîne dans la vision délicieuse de coffres remplis de billets, il faut pourtant dissiper cette illusion; non, l'argent n'est pas la richesse et il impossible de le manger, de se vêtir ou de construire avec (Rochat, 2015).



A l'origine, l'argile sale et collante ne va ne pas trouver d'acquéreur, elle doit donc être extraite, moulée, séchée, et éventuellement cuite. À la fin de ces étapes, c'est toujours de l'argile, mais cette matière est devenue utile aux constructeurs.

Fig.7: Esprit d'entreprise et travail



L'argent est une manière de traduire des richesses sur un support facilement transportable. Sa valeur repose sur sa capacité d'obtenir des biens réels, il ne constitue donc pas la richesse mais il est un droit reconnu socialement de l'obtenir.

Fig.8: Types de richesses

(Rochat, 2015).

2.2. Les différentes étapes pour réaliser un projet et créer une entreprise

Lancer une entreprise et développer une activité nécessitent de suivre un cheminement créatif. Voici, en écho à la Genèse, sept étapes à suivre.

*** Avoir une vision**

Un projet commence par une idée et si celle-ci est mauvaise, tout le projet sera contaminé. Il est donc important de bien creuser, de réfléchir, de partager et de prier... Cette recherche est l'occasion de dessiner convenablement le concept le plus optimal.

*** Élaborer**

Une idée donne un aperçu mais ne permet pas de construire une maison. Pour aller plus loin, un créateur doit définir les contours de son projet. Cette étape permet de dimensionner son idée, en cherchant à répondre à ces questions": Quoi"? Où"? Combien"? Comment"?

***Organiser**

Après avoir fait des plans, il faut poursuivre l'élaboration en tenant compte des implications. Cette étape consiste à analyser les besoins, à trouver des solutions ou des compétences et à faire un budget. L'objectif est d'aboutir à un dossier de référence (très utile pour l'étape suivante).

*** Soumettre**

Il est rare que l'on puisse réaliser un projet tout seul. Le plus souvent, il faut trouver des partenaires, des financements ou demander des autorisations. Notons que cette étape est la dernière occasion de corriger ou de stopper son projet sans trop de frais.

*** Réaliser**

Cette phase déterminante consiste à mettre en œuvre le projet. Pour cela, il faut acquérir le matériel, travailler, conduire une équipe, vérifier et orienter les travaux. Lors de toutes ces étapes, il faut gérer avec intelligence les dépenses et résoudre les divers problèmes.

*** Finaliser**

Après avoir fait le gros du travail, il est fréquent de penser que c'est bientôt fini. Mais c'est une illusion, car les finitions nécessitent beaucoup d'énergie. Cette part est déterminante, car c'est dans les détails que l'on mesure la qualité et le professionnalisme d'un projet.

*** Se reposer, gérer et développer !**

Un projet n'est pas une vie et après avoir rempli toutes ces étapes le créateur peut légitimement savourer l'achèvement de son projet.

2.3. Quelles sont les démarches et les formalités administratives que vous devez entreprendre ?

*** Formalités administratives et de publicité:**

La constitution d'une société doit faire l'objet des formalités suivantes :

- l'acte de société doit être constaté par un acte authentique rédigé par le notaire,

- Les actes constitutifs de sociétés doivent, à peine de nullité, être publiés dans un bulletin officiel des annonces légales (BOAL),
- Dépôt au greffe du tribunal de l'acte constitutif de la société,
- Immatriculation au registre de commerce dans les deux mois de la constitution de la société.

***Déclaration d'existence:**

Si vous avez créé une société de personnes ou de capitaux, vous devez, dans les trente (30) jours du début de votre activité, souscrire auprès de l'inspection des impôts dont vous dépendez, une déclaration conforme au modèle fourni par l'administration.

*** Demande d'immatriculation au niveau des services fiscaux (numéro d'identification fiscale NIF)**

Le NIF concerne l'ensemble des personnes physiques, quelque soit leur nationalité, les personnes morales de droit public et de droit privé ainsi que les entités administratives qui déploient en Algérie des activités dans tous les secteurs notamment économique, financier, social, culturel et politique. Sont notamment concernés par le NIF :

- **Les personnes physiques et morales** soumises à inscription au registre de commerce, de l'artisanat, à un ordre professionnel et/ou à la délivrance d'un agrément pour l'exercice d'une profession ou d'une activité ;
- **Les entreprises étrangères** n'ayant pas d'installation professionnelle permanente en Algérie et intervenant dans le cadre d'un contrat de fournitures, d'études, de prestations, de travaux ou de maintenance ;
- **Les bureaux de liaison** des entreprises étrangères ;
- Les Administrations disposant d'une autonomie financière;
- **Les résidents nationaux ou étrangers** et les étrangers non résidents disposant de biens en Algérie ou de revenus de source Algérienne.

La demande d'immatriculation

Vous devez formuler une demande d'immatriculation et la déposer auprès des services fiscaux compétents lors de la souscription de la déclaration d'existence.

Vous pouvez demander votre Numéro d'Identification Fiscale (NIF) en ligne sous l'adresse : <https://nifenligne.mfdgi.gov.dz>. Cette procédure ne peut être, cependant, entamée qu'après l'identification fiscale auprès des services gestionnaires de l'administration (Direction des Grandes Entreprises, Centre Des Impôts, Centre de Proximité des Impôts et Inspection) par la remise d'un certificat d'existence.

Une fois l'attestation d'immatriculation éditée, il vous appartiendra de la faire émarger auprès du service dont il relève.

Ce document signé pourra être utilisé pour toutes les démarches auprès des institutions compétentes (impôts, douanes, commerce et banques). Le site web prévoit également l'authentification du Numéro d'Identification Fiscale (NIF), attribué par la DGI, par tout opérateur économique ainsi que la possibilité d'envoi de requêtes via l'adresse mail: did-nifenligne@mf.gov.dz.

A la suite de cette demande un numéro d'identification fiscale (NIF) vous est attribué par la

Direction Générale des Impôts. L'affirmation de l'identité fiscale est définitivement établie par l'attribution d'une carte électronique d'identité fiscale. En ce qui concerne les personnes exerçant une activité salariale, la demande est effectuée dans les mêmes formes que ci-dessus par leurs employeurs. La demande d'immatriculation comporte les informations ci-après :

-Pour les personnes physiques:

- Nom et prénom (s) ;
- Date et lieu de naissance (commune, wilaya et pays pour les personnes physiques nées hors l'Algérie);
- Numéro d'acte de naissance de la commune de naissance;
- Adresse (s) principale (s) et secondaire (s) de l'activité;
- Adresse de la résidence principale ;
- Numéro et date de délivrance du registre de commerce ;
- Activités principales et secondaires mentionnées sur le registre de commerce;
- Références et date de délivrance de l'autorisation ou de l'agrément d'exercice de la profession ou de l'activité.

-Pour les personnes morales:

- Dénomination de l'entreprise;
- Forme juridique;
- Montant de capital social;
- Adresse du siège et des établissements secondaires;
- Références des formalités de l'enregistrement de l'acte constitutif et de l'avis de publication au bulletin officiel des annonces légales;
- Numéro et date de délivrance du Registre de Commerce;
- Activités principales et secondaires;
- Références et date de délivrance de l'autorisation ou de l'agrément;
- Références et date de délivrance du contrat d'exploration ou d'exploitation dans le secteur des hydrocarbures ou miniers;
- Désignation du gérant.

-Pour les bureaux de liaison et sociétés étrangères n'ayant pas d'installation professionnelle permanente en Algérie :

- Dénomination de l'entreprise mère;
- Objet de la mission;
- Secteur d'intervention;
- Référence au visa de la représentation diplomatique Algérienne;
- Référence à la décision d'agrément délivré par le ministère de commerce;
- Adresse du bureau.

*** Enregistrement de l'investissement auprès de l'agence nationale de développement de l'investissement (ANDI)**

Pour le bénéfice des avantages prévus par la loi n°16-09 relative à la promotion de l'investissement, les investissements doivent faire, préalablement à leur réalisation, l'objet d'un enregistrement auprès de l'ANDI.

L'enregistrement est matérialisé par une attestation, délivrée séance tenante, autorisant l'investisseur de se prévaloir, auprès de toutes les administrations et tous les organismes concernés, des avantages auxquels il ouvre droit.

La consommation effective des avantages de réalisation relative à l'investissement enregistré est soumise:

- A l'immatriculation au registre de commerce ;
- A la possession du numéro d'identification fiscale ;
- Au régime réel d'imposition.

2.4. Quelques Règles communes du Guide fiscal de l'investisseur en Algérie juillet 2019 16/60

- Les contribuables qui bénéficient d'exonérations ou de réductions d'impôt sur les bénéfices des sociétés et de la taxe sur l'activité professionnelle, accordées dans la phase d'exploitation dans le cadre des dispositifs de soutien à l'investissement sont tenus de réinvestir 30% des bénéfices correspondants à ces exonérations ou réductions dans un délai de quatre (4) ans à compter de la date de clôture de l'exercice dont les résultats ont été soumis au régime préférentiel. Le réinvestissement doit être réalisé au titre de chaque exercice ou au titre de plusieurs exercices consécutifs.

En cas de cumul des exercices, le délai ci-dessus est décompté à partir de la date de clôture du premier exercice.

-Le non-respect des présentes dispositions, entraîne le reversement de l'avantage fiscal et l'application d'une amende fiscale, prévus dans pareil cas. Les modalités d'application de ces dispositions sont fixées, en tant que de besoin, par arrêté conjoint du ministre chargé des finances et du ministre chargé de l'industrie ». (Art. 142 CIDTA)

- Les personnes ayant bénéficié d'avantages fiscaux dans le cadre des différents dispositifs d'aide à l'emploi, soit dans le cadre du dispositif de l'agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ), soit de la caisse nationale d'assurance chômage (CNAC) ou de l'agence nationale de gestion du microcrédit (ANGEM), ne peuvent être éligibles au dispositif d'aide à l'investissement dans le cadre de l'agence nationale du développement de l'investissement (ANDI) qu'après:

-Expiration de la période d'exonération au titre de la phase exploitation, accordée dans le cadre du régime d'aide à l'emploi;

-Renonciation aux avantages du régime d'aide à l'emploi.

Toutefois, lorsque ces personnes ont préalablement bénéficié des avantages prévus dans le cadre du dispositif de l'ANDI, elles ne peuvent postuler aux autres dispositifs. (Art. 62 LF 2014).

2.4.1. Les avantages supplémentaires au profit des activités créatrices d'emplois

Lorsque l'investisseur donne lieu à la création de plus de cent (100) emplois permanents durant la période allant de la date d'enregistrement de l'investissement à l'achèvement de la première année de la phase d'exploitation, au plus tard, la durée des avantages d'exploitation est portée de trois (3) à cinq (5) ans pour une durée de cinq (5) ans, des avantages suivants :

- a- Exonération de l'impôt sur le bénéfice des sociétés (IBS) ;
- b- Exonération de la taxe sur l'activité professionnelle (TAP) ;
- c- Abattement de 50 % sur le montant de la redevance locative annuelle fixée par les services des domaines.

2.4.2. Les avantages exceptionnels au profit des investissements présentant un intérêt particulier pour l'économie nationale

Les investissements présentant un intérêt particulier pour l'économie nationale bénéficient des avantages exceptionnels établis par voie de convention négociée entre l'investisseur et l'ANDI, après approbation du conseil national de l'investissement.

***Les avantages exceptionnels peuvent porter:**

a- Sur un allongement de la durée des avantages d'exploitation pour une période pouvant aller jusqu'à dix (10) ans ;

b- Sur l'octroi, conformément à la législation en vigueur, des exonérations ou réduction de droits de douanes, impôts, taxes et toutes autres impositions à caractère fiscal, de subventions, aides ou soutiens financiers, ainsi que toutes facilités susceptibles d'être consenties, au titre de la réalisation pour la durée convenue avec l'ANDI et mentionnée sur l'attestation d'enregistrement.

- L'offre d'assiettes foncières s'effectuera à travers la représentation, au niveau du guichet unique décentralisé, des organismes chargés du foncier destiné à l'investissement.

***Le guichet unique**

Art.23.- Il est créé, au sein de l'agence, un guichet unique regroupant les administrations et organismes concernés par l'investissement. Le guichet unique est dûment habilité à fournir les prestations administratives nécessaires à la concrétisation des investissements.

Les décisions du guichet unique sont opposables aux administrations concernées.

Art.24.- Le guichet unique est créé au niveau de la structure décentralisée de l'Agence.

Art.25.- Le guichet unique s'assure, en relation avec les administrations et les organismes concernés, de l'allègement et de la simplification des procédures et formalités constitutives des entreprises et de réalisation des projets. Il veille à la mise en œuvre des simplifications et allègements décidés.

2.5. Quelques conseils utiles pour la création de l'entreprise agricole

L'entreprise agricole ou horticole exige une préparation minutieuse, beaucoup de discussions, de réflexion, de calculs et de recherche d'informations. La grande majorité des personnes qui se lancent dans l'agriculture reprennent une exploitation déjà existante. Toutefois, pour un certain nombre, il s'agit de la création d'une nouvelle entreprise.

Il est important de s'adresser aux bonnes personnes pour créer ou gérer l'exploitation agricole. Il n'existe pas de banque de données répertoriant toutes les fermes à reprendre mais vous pouvez vous tourner vers certains acteurs importants du secteur agricole tels que les subdivisions agricoles, les DSA, organisations professionnelles, les institutions financières, les bureaux d'études

Dès 1969, on assiste à la création d'une multitude d'organismes pour renforcer l'environnement agricole tel que:

- L'office des fruits et légumes algérien (OFLA)
- L'office national du matériel agricole (ONMA)
- Office national des produits laitiers (ONLAIT)
- L'office national des aliments du bétail (ONAB)
- L'office national de l'alfa (ONA)
- L'office national interprofessionnel des céréales (OAIC)
- La coopérative agricole de production d'anciens moudjahidine (CAPAM)

Les informations et les annonces paraissent également dans des documents spécialisés tel que la nomenclature du soutien agricole et les guides d'investissement. Il existe aussi des

agents immobiliers spécialisés dans le secteur agricole. Mais quelle que soit la façon dont vous obtenez des informations, n'oubliez pas les trois règles d'or suivantes:

- ne prenez pas pour argent comptant tout ce que l'on vous dit;
- accordez-vous le temps de la réflexion;
- demandez toujours l'avis d'un spécialiste indépendant.

Que ce soit lors de la création d'une nouvelle entreprise ou lors de la reprise d'une exploitation familiale, il est important de pouvoir commencer dans des conditions optimales. Dans le cadre des différentes législations, le type d'entreprise et sa localisation peuvent être des éléments déterminants pour l'avenir. Les exploitations agricoles qui nécessitent de grandes constructions telles que des serres ou pour abriter des élevages intensifs de bétail reçoivent de plus en plus difficilement les autorisations nécessaires, même dans des zones agricoles. Certaines administrations régionales ou communales peuvent donner plus de précision à ce sujet.

Lors de la reprise d'une exploitation d'élevage, il faut aussi tenir compte de la distance vis-à-vis des zones sensibles (par ex. zones d'habitations, cours d'eau, réserves naturelles, ...).

La reprise d'une société peu ou pas rentable dans le but de la rendre viable n'est pas (ou plus) évidente car la gestion des permis, la législation, les quotas et la politique d'aide aux investissements ont mis un frein à ce développement. Les reprises visent donc aujourd'hui structure et où les revenus sont garantis à plus ou moins long terme. Dans tout les cas, même si vous envisagez la reprise de l'exploitation familiale, il est toujours indiqué de demander "un second avis" d'un spécialiste.

De cette manière, vous recevez un avis indépendant sur l'entreprise qui vous intéresse et des informations sur les possibilités éventuelles de développement.

* **Étude du projet et de l'exploitation envisagée**

Avant d'aller plus loin, l'exploitant s'assurera de la viabilité de l'entreprise et de la rentabilité de son projet. Il s'agit là d'une évidence mais bien souvent négligée dans le secteur agricole. En effet, il n'est pas certain qu'une exploitation ayant généré des bénéfices pendant 40 ans chez les cédants procurent encore un bénéfice pour les repreneurs.

Lors de la création d'une nouvelle entreprise, un plan d'entreprise devra être établi pour analyser la faisabilité du projet. Nous conseillons vivement à tout exploitant de réaliser une étude détaillée de la situation économique et financière de l'entreprise.

2.6. Les possibilités de financement

Toute entreprise se compose d'actifs (terrains, machines, matières premières) et de sources de financement. La durée de financement des actifs doit être envisagée en fonction de la durée de vie économique du bien. Ainsi, un immeuble pourra se financer sur une durée de 15 voire 20 ans tandis que la durée de financement d'un tracteur sera en principe plafonnée à 5 voire 7 ans. La charge financière pourra en fonction du type de financement être étalée dans le temps : ainsi un remboursement "dégressif" consistera à amortir plus rapidement le capital et alléger la charge d'intérêts (Versele, 2012).

Peu de banques sont familiarisées avec la réalité complexe de l'agriculture et de l'horticulture. Seul un banquier spécialisé pourra discuter, en connaissance de cause, des possibilités et des défis qui attendent les entreprises actives dans le secteur.

Avant de décrire les différentes possibilités de financement proposées par le Crédit Agricole, attachons-nous à certaines notions importantes lors d'une demande de crédit.

*** Rentabilité**

C'est sans aucun doute l'aspect le plus important d'un crédit. Lors d'une demande de crédit, la rentabilité de l'investissement planifié est analysée via une estimation des coûts et des recettes escomptés.

*** Solvabilité**

La solvabilité est le rapport entre les moyens propres (les actifs propres et le capital mis en œuvre) et les fonds extérieurs (l'argent emprunté). La part des fonds propres. Doit être suffisante pour couvrir les risques de l'exploitation. En principe, 20% de fonds propres constituent une bonne base de départ mais ces chiffres sont très relatifs. Ils dépendent de la taille et du type d'activité de l'exploitation. La solvabilité dépend aussi de la situation de l'exploitation : pour un jeune agriculteur, la solvabilité est souvent très faible.

*** Liquidité**

La liquidité est le rapport entre les moyens disponibles ou à réaliser à court terme (factures qui peuvent être encaissées, actifs qui peuvent être vendus) et les dettes à court terme. Lors d'une demande de crédit, il faut tenir compte des liquidités au moment de la demande ainsi que des besoins de trésorerie jusqu'à la vente de la récolte, de façon à ce qu'aucun problème ne se pose. Il est donc recommandé d'estimer les besoins en liquidités par mois, par trimestre et au moment de la vente de la récolte (Versele, 2012).

***Garanties**

Un crédit est accordé en échange de garanties données par l'emprunteur. Il existe plusieurs types de garanties : hypothèque, mandat hypothécaire, privilège agricole, nantissement de valeurs mobiles, caution personnelle, etc. Une caution subsidiaire de l'aide ISA peut également être obtenue pour certains crédits éligibles.

L'entrepreneur est incité à lancer les projets les moins risqués pour ne pas perdre ses garanties. L'introduction de garanties dans les contrats de prêt permettrait de discriminer les emprunteurs en associant à des garanties plus fortes des taux débiteurs plus faibles, et contribuerait ainsi à accroître l'endettement bancaire. Or, la seule forme de garantie mesurable à ce jour est celle qui passe par les états financiers. Elle s'exprime par différents rapports : immobilisations corporelles nettes/total actif, actifs tangibles immobilisés/total bilan, immobilisations corporelles nettes/total bilan Ces études montrent dans leur ensemble l'impact favorable des garanties financières sur le niveau ou le coût de la dette bancaire. Ces conditions sont néanmoins caractérisées par un champ d'application a fortiori limité : elles ne contribuent pas à prévoir avec exactitude et fiabilité tous les états de la nature. Ce qui explique l'indispensable suivi de la relation de financement.

*** Durée**

La durée du crédit dépend de la destination du crédit (la durée du crédit doit correspondre à la durée de vie économique du bien à financer) et des capacités de remboursement de l'emprunteur.

Quels que soient vos besoins, nos agents sont à votre disposition pour vous proposer la solution la plus adéquate pour votre situation.

*** Remboursement**

Le remboursement d'un crédit à long terme s'effectue bien souvent selon un plan de remboursement dégressif. Dans le cas d'annuités dégressives, une même part de capital

emprunté est remboursée chaque année. Les intérêts sont quant à eux calculés sur le solde du capital non encore remboursé. Cela signifie donc que le montant des intérêts diminue chaque année et donc également le montant à payer.

Le principal avantage de ce système est que le montant total des sommes à rembourser est nettement inférieur à celui du système des annuités fixes. Attention cependant, car dans le système à annuités dégressives, les remboursements des premières années sont plus élevés que ceux prévus dans le système des annuités fixes. Le système des annuités fixes prévoit quant à lui une échéance identique pendant toute la durée du plan d'amortissement. Bien évidemment, le crédit peut aussi être remboursé par des versements semestriels, trimestriels ou mensuels. Celui qui choisit une de ces 3 périodicités paie moins que celui qui fait un remboursement annuel (Versele, 2012).

Le remboursement d'un crédit à moyen terme se fait soit par des remboursements dégressifs, soit par des remboursements constants; les versements étant annuels, semestriels, trimestriels ou mensuels.

* **Taux d'intérêt**

Comme pour les crédits à long terme, les crédits à moyen terme proposent diverses formules pour la révision du taux d'intérêt : tous les ans, tous les 3 ou 5 ans. Il existe aussi des formules fixes pour toute la durée du crédit.

2.6.1. Le système bancaire algérien

Les intermédiaires financiers sont des firmes dont l'activité principale est de fournir des services et des produits financiers à leurs clients, Les principaux types d'intermédiaires financiers sont les banques, les sociétés financières et les compagnies d'assurances. (Tari et Attari., 2018).

2.6.1.1. La banque : Les banques sont des entreprises ou des établissements qui ont pour profession habituelle de recevoir sous forme de dépôts, des fonds du public qu'elles emploient sur leur propre compte en opérations de crédits ou opérations financières.

Vu la loi N° 90-10 du 14 avril 1990 relative à la monnaie et au crédit modifiée et complétée : « Les banques sont des personnes morales qui effectuent à titre de profession habituelle et principalement les opérations décrites aux articles 110 à 113 de la loi N° 90-10 du avril 1990 relative à la monnaie et au crédit. Les opérations de banques comprennent la réception de fonds du public, les opérations de crédits ainsi que la mise à la disposition de la clientèle des moyens de paiement et la gestion de ceux-ci ».

A- Les fonctions de la banque: Les fonctions de la banque, dans toutes leurs formes sont relativement les mêmes et se présentent comme suit :

- La collecte de ressources;
- La distribution de crédits;
- Les opérations financières;
- Les opérations de trésorerie.

B- Typologie des banques:

- **Banque centrale:** La banque centrale ou l'institut d'émission est une banque située au sommet de la hiérarchie du système bancaire, elle est chargée de l'émission de la monnaie dans un pays, de ce faite la banque centrale exerce un rôle essentiel dans la conduite de la politique monétaire d'un pays.

-Banque généraliste (universelle) ; banque spécialiste:

La banque «à tout faire», «généraliste» ou «service complet» correspond à ce que les banquiers anglo-américain appellent «universal banking». Ce dernier terme, selon certains praticiens, a été traduit en français sous l'appellation de «banque universelle».

- **Banque de dépôt ; banque d'affaire** : Les banques de dépôt ou de crédit font appel à l'épargne, leurs ressources essentielles sont les dépôts à vue et leurs activités caractéristiques sont les crédits à court terme.

2.6.1.2. Le paysage bancaire Algérien

A la fin de novembre 2008, le secteur bancaire algérien comprend six banques publiques, quatorze banques privées à capitaux étrangers, une banque spécialisée dans la distribution de crédits à l'agriculture (BADR) et cinq établissements financiers. Le réseau d'agences des banques publiques et privées augmente progressivement, soit, en 2007, un guichet bancaire pour 25700 habitants (7870 personnes en âge de travailler). Le taux de bancarisation sous l'angle du développement du réseau reste encore faible comparativement au niveau atteint dans les pays dont le développement est proche de celui de l'Algérie (Tari et Attari., 2018).

2.6.2. Montage d'un dossier de crédit d'exploitation

Toute entreprise peut se trouver, à un moment donné, dans l'obligation de recourir au crédit bancaire pour pallier aux insuffisances de son fonds de roulement. A cet effet, le banquier lui propose des concours qui répondent à ses besoins.

Le dossier de crédit est constitué de documents juridiques, économiques, commerciaux, comptables, financiers, fiscaux et parafiscaux. Il est fonction de l'ancienneté de la relation du client avec sa banque, de la nature de son activité ainsi que du type du concours sollicité.

- Une demande écrite de l'entreprise
- Les documents juridiques et administratifs
- Les documents comptables et financiers : Les bilans et annexes clos des trois (03) dernières années. Dans le cas d'une ancienne relation, seul le dernier bilan est exigé. Le banquier devra veiller à:
 - Faire accompagner les bilans des sociétés de capitaux (SPA, SARL) du rapport des commissaires aux comptes et de la résolution de l'assemblée des actionnaires ;Vérifier que les règles comptables prescrites par le système comptable financier (S.C.F) ont été respectées pour l'élaboration des documents comptables cités ci-dessus.
- Le bilan d'ouverture, les prévisions de clôture de l'exercice à financer et le bilan prévisionnel de l'exercice suivant pour les entreprises en démarrage;
- La situation comptable provisoire (actif passif, Tableau des comptes de résultat) pour les demandes introduites après le 30 juin;
- Plan de trésorerie;
- Bilan et TCR prévisionnels se rapportant à l'exercice à financer;
- Les documents économiques
- Les documents commerciaux
- Les documents fiscaux et parafiscaux
- Le compte rendu de visite
- **Classification de la clientèle**

Les éléments d'identification cités précédemment ne sont pas suffisants pour mieux apprécier et juger de la qualité du demandeur du crédit. La confiance que le banquier s'inspire de son client ne dépend pas uniquement de la performance et de la compétence de son entreprise, mais également de la nature de la relation qu'ils entretiennent (Tari et Attari., 2018).

Pour obtenir des informations concernant sa clientèle, le banquier peut recourir à plusieurs sources d'informations. Il peut compter, soit sur ses confrères pour obtenir des renseignements liés aux clients domiciliés chez eux (renseignements commerciaux), soit sur les centrales de la Banque d'Algérie, à savoir **La Centrale des Impayés** (Informations sur les incidents de paiements), **la Centrale des Risques** (Informations sur les crédits accordés par les banques) et **la Centrale des Bilans** (Informations comptables et financières sur les entreprises). Pour apprécier la nature de la relation qui le lie avec son client, et pour mieux classer sa clientèle, le banquier doit analyser les points suivants:

- Les Mouvements D'affaires Confiés.
- Le Niveau D'utilisation Des Concours Autorisés.
- Les Incidents De Paiements. (Tari et Attari., 2018).

2.6.3. Le crédit bancaire et sa typologie.

Sur l'aspect économique, le crédit est défini par l'article 68 de l'ordonnance n° 03-11 du 26 août 2003 relative à la monnaie et au crédit comme étant « ... tout acte à titre onéreux par lequel une personne met ou promet de mettre des fonds à disposition d'une autre personne ou prend, dans l'intérêt de celle-ci, un engagement par signature tel qu'un aval, un cautionnement ou une garantie. Le domaine du crédit est extrêmement vaste, il s'étale dans le temps et l'espace, s'étend à toute sorte d'activités et répond à de multiples besoins économiques. Il peut donc avoir pour objet aussi bien le financement des investissements des entreprises et des particuliers que le comblement des creux passagers de la trésorerie il permet de faire face à tous les décalages entre les recettes et les dépenses quelle que soit l'origine des unes et des autres. Il peut durer de ce fait de quelques jours à plus de vingt ans.

Le financement de l'économie consiste à appliquer des techniques efficaces afin de satisfaire toutes les opérations pratiquées dans une économie et ces techniques sont différent des besoins des agents économiques (exportation, investissement et commerce extérieur).

a) Le crédit d'exploitation

Ces crédits sont destinés à financer globalement l'actif cyclique du bilan sans être affectés à un objet précis. Ils sont généralement appelés crédits par caisse et crédits en blanc car, d'un côté, ils sont utilisables par le débit d'un compte, et d'un autre coté parce qu'ils ne sont assortis d'aucune garantie et donc des concours à risque très élevé. Parmi les crédits d'exploitation on peut distinguer entre: la facilité de caisse, le découvert, le crédit de campagne et le crédit relais ou de soudure.

***La facilite de caisse**

La facilité de caisse est consentie aux entreprises pour faire face à une insuffisance momentanée de trésorerie due à un décalage de courte durée entre les dépenses et les recettes. Il s'agit généralement d'aider le bénéficiaire du crédit à faire face à ses besoins de fond de roulement (salaires, TVA, échéances de fin de mois).

Le banquier autorise son client à faire fonctionner son compte en position débitrice à concurrence d'un plafond déterminé qui ne saurait en principe être supérieur à son chiffre d'affaires mensuel et cela pendant une période très courte (quelques jours).

La période limitée d'utilisation de ce type de crédits, quelques jours, est de nature à limiter les risques encourus par le banquier car il est relativement facile de faire des précisions sur une

courte durée. Cependant, s'agissant d'un crédit lié au courant d'affaire de l'emprunteur, le banquier court les risques suivants:

- Le non-recouvrement des recettes de l'entreprise;
- L'immobilisation progressive de la facilité de caisse à cause de la détérioration de la situation financière de l'entreprise rendant ainsi la facilité de caisse insuffisante en permanence ou presque.

***Le découvert**

C'est un crédit à court terme octroyé aux entreprises pour leur permettre de faire face à des décaissements qui dépassent leurs possibilités de trésorerie, c'est à dire pour pallier temporairement à un besoin en fonds de roulement dépassant les possibilités du fonds d roulement (ces deux notions feront l'objet d'un développement en seconde partie).

***Le crédit de campagne**

Ce concours est accordé aux entreprises qui ont une activité saisonnière pour financer leurs charges d'exploitation liées à un cycle de production. Ce crédit est consenti par la banque sur la base du besoin le plus élevé en montant déterminé à partir du plan de financement de la campagne. La durée d'utilisation du crédit s'étale généralement sur plusieurs mois, en fonction de la durée de la campagne. Le remboursement du crédit se fera au fur et à mesure des ventes, l'entreprise doit donc parvenir à vendre sa production pour pouvoir rembourser le crédit, mais elle peut rencontrer des difficultés si la concurrence est importante ou si les produits sont tributaires du climat, de la mode, etc.

***Le crédit de soudure**

Le crédit de soudure est un concours qui permet à l'entreprise d'anticiper sur une rentrée de fonds attendue d'une opération ponctuelle hors exploitation (augmentation du capital, vente d'un terrain, un immeuble, un fonds de commerce ou le déblocage d'un emprunt).

b) Le crédit d'investissement

Ces crédits sont des concours directs, c'est-à-dire utilisables par le débit d'un compte.

Leur durée de remboursement est, au minimum, de deux (02) ans. Ils peuvent être accordés à long terme ou à moyen terme.

***Les crédits à long terme (CLT)**

Ce sont des concours d'une durée allant au-delà de sept (07) ans avec une période de différé de deux (02) ans à cinq (05) ans. Ces crédits sont destinés à financer les immobilisations lourdes, en particulier les constructions. La durée du financement correspond généralement à la durée d'amortissement des immobilisations financées et le montant du crédit ne doit pas couvrir la totalité de l'investissement.

***Les crédits à moyen terme (CMT)**

D'une durée de deux (02) à sept (07) ans dont une période de différé de deux (02) ans maximum. Ces crédits sont destinés à financer les investissements légers tels que les véhicules et les machines, et d'une façon plus générale la plupart des biens d'équipement et moyens de production de l'entreprise. La durée du financement ne doit en aucune manière être plus longue que la durée d'amortissement du bien financé.

Un financement par crédit à moyen terme ne doit pas couvrir la totalité de l'investissement. Ça va de soi qu'une entreprise qui désire s'équiper doit faire un effort d'autofinancement. Ce concours couvre au maximum 70 % du montant toutes taxes comprises de l'investissement.

On peut distinguer entre les crédits à moyen terme mobilisables, les crédits à moyen terme non mobilisables. Un CMT mobilisable est un crédit qui peut faire l'objet d'un réescompte

auprès de la Banque d'Algérie. Les crédits à moyen terme doivent avoir l'un des objets suivants:

- développement des moyens de production;
- financement d'exportations ;
- construction d'immeubles d'habitation.

Les concours à long et moyen terme sont accordés par les banques sur la base de ressources, souvent, à court terme. Les banques, en affectant des ressources à court terme à des emplois longs (transformation), partent de l'hypothèse qu'il y aurait toujours de nouveaux dépôts qui couvriront les fonds immobilisés à long et moyen terme, si ceux-ci venaient à être réclamés par les déposants. Elles courent de ce fait un risque d'immobilisation. Ce risque est d'autant plus élevé que le terme est plus éloigné. C'est pour cela que les CLT sont peu pratiqués par la plupart des banques Algériennes. Ils sont généralement accordés par la Caisse Nationale d'Épargne et de Prévoyance (CNEP), aujourd'hui CNEP / Banque, et la Banque Algérienne de développement (BAD) : La première spécialisée dans le drainage de l'épargne publique et la deuxième disposant de ressources à long terme (Emprunts obligataires).

c) Crédit-bail (leasing)

Le leasing est une technique de financement d'un investissement par laquelle une banque ou un établissement financier acquiert un bien meuble ou immeuble afin de le louer à une entreprise, cette dernière ayant la possibilité de racheter le bien loué à un terme fixé par le contrat pour une valeur résiduelle généralement faible. Le crédit-bail n'est pas une simple location car le contrat est assorti d'une promesse de vente. Ce n'est pas une vente à tempérament du moment que c'est la banque qui est propriétaire du bien financé et non l'utilisateur. Ce n'est pas non plus une opération de location-vente car l'utilisateur n'est pas astreint à acquérir le bien après un certain délai.

- Les formes de crédit-bail

Selon qu'il porte sur des biens mobiliers ou immobiliers, le crédit-bail est dit crédit-bail mobilier ou crédit-bail immobilier.

- Le crédit-bail mobilier

Il porte sur des biens d'équipement sans s'appliquer aux fonds de commerce et aux logiciels informatiques. Le client choisit son équipement et s'adresse à l'établissement de crédit-bail auquel il demandera de l'acheter pour le lui louer.

- Le crédit-bail immobilier

Il porte sur des biens immobiliers professionnels construits ou à construire. Les biens concernés sont achetés ou construits par l'établissement de crédit-bail à la demande du client pour les lui louer ensuite.

- Le crédit par signature

Un crédit par signature est l'engagement pris par une banque de mettre des fonds à disposition de son client ou d'intervenir financièrement en cas de défaillance de celui-ci. Il permet à une entreprise de sécuriser ses financements, d'exercer son activité, de différer ses paiements, de les éviter ou d'accélérer ses rentrées de fonds.

2.6.4. La banque d'agriculture et du développement rural (BADR)

La BADR est une institution financière nationale ayant le statut d'une banque commerciale, créée par décret no 82/106 le 13 mars 1982. Lors de sa création, la BADR était un établissement à vocation agricole ; elle est cependant devenue au fil de temps et surtout depuis

la promulgation de la loi 90/10 du 14 avril 1990 relative à la monnaie et le crédit une banque universelle qui intervient dans le financement de tous les secteurs d'activités. Depuis 1999, elle occupe le premier rang au plan national, le 13eme rang au plan africain et le 668^{eme} au niveau mondial, sur environ 4100 banque classées par le « banque almanach »

2.6.4.1. Les différents types de crédits accordés par la BADR

a) le crédit « R'FIG »

Est un crédit d'exploitation totalement bonifié destiné au financement des agriculteurs et éleveurs activant à titre individuel, organisée en coopératives ou en groupements économiques (Document fourni par la « BADR »). Les modalités d'octroi de crédit « R'FIG » sont les suivantes :

- Durée de crédit : 6 mois à 24 mois;
- Taux d'intérêt bonifié : 100% les intérêts sont pris en charge en totalité par le ministère de l'agriculture et développement rural.

b) Le crédit « ETTAHADI »

« Est un crédit d'investissement partiellement bonifié, octroyé dans le cadre de la création de nouvelles exploitation agricoles et d'élevage, ou d'exploitations existantes sur les terres agricoles non exploitées relevant de la propriété privée ou du domaine privé de l'état »³⁷

Les modalités d'octroi de crédit « ETTAHADI » sont les suivantes :

Durée de crédit : CMT : 02 ans à 7 ans, CLT : 8 ans à 15 ans ;

Taux d'intérêt bonifié : CMT : 5,25 % bonifié comme suit : à la charge du client :

- 0% les 05 premières années ;

- 1% LA 6eme et la 7eme année.

CLT : 5,25% bonifié comme suit : à la charge du client :

- 0% les 05 premières années ;

- 1% la 6eme et la 7eme année ;

- 3% la 8eme et 9eme année ;

- A partir de la 10eme année, intérêt non bonifié (5,25%).

2.6.5. Les différents types de crédit octroyé par la caisse nationale de mutualité agricole (CNMA)

La CNMA offre à sa clientèle plusieurs type de crédit selon leur nature et la durée de remboursement, et on distingue entre :

a) Crédit de saisonnière: il sert à financer les charges liées au cycle d'exploitation. Sa durée maximum est de 18 mois. Ce type de crédit est utilise pour financer une activité saisonnier.

b) Crédit d'exploitation : il sert à couvrir les besoins de trésorerie d'exploitation, sa durée maximum est de 12 mois.

c) Crédit équipements agricoles à court terme : il sert à financer les petits équipements et les outillages de l'exploitation.

d) Crédit à moyen terme : il finance les équipements et les implantations agricoles (matériel de transport, animaux d'élevage, les serres, ...), sa durée est de 2 à 5ans.

e) Crédit à long terme : il finance les équipements lourds, les projets neufs et les infrastructures de production, sa durée est de 5 à 10 ans.

2.6.6. Types de financement des projets

*** L'auto financement**

C'est un financement qui se fait dans sa totalité par le jeune promoteur. L'avantage de ce type de financement est que le créateur bénéficie des avantages fiscaux et parafiscaux.

*** Le financement mixte**

Dans ce type de financement l'apport personnel est complété par un prêt sans intérêt 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 représente 29 %, et les Prêt sans intérêt (ANSEJ) représentent 71%.
- Niveau 2 : montant de l'investissement de 5.000.001 DA à 10.000.000 DA, l'apport personnel représente 28%, et le Crédit sans intérêt (ANSEJ) représente 72%.

***Le financement triangulaire**

C'est une formule dans laquelle l'apport personnel 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 l'Apport personnel représente 1%, et le Crédit sans intérêt (ANSEJ) représente 70%, et le Crédit bancaire représente 29%. (IDIR et Fahem 2016).

2.7. Fonctionnement d'une entreprise

Les **figures 9 et 10** synthétisent les flux économique et les quatre étapes qui caractérisent le fonctionnement de l'entreprise.

* **Investissements": outils et équipements** : Les investissements vont nous servir à acquérir les outils et les équipements nécessaires au processus de transformation. Ces ressources seront injectées dans l'entreprise en vue d'assumer son fonctionnement à moyen ou long terme. Ces dépenses initiales ne pourront pas être couvertes rapidement par les recettes, elles devront donc faire l'objet d'un remboursement dans la durée (le capital investi peut aussi rester dans l'entreprise). Dans tous les cas, le prélèvement sur les recettes doit compenser la perte de valeurs des équipements (amortissements).

***Fournitures": matières de base**: La plupart des entreprises auront besoin de nourrir leur chaîne de valorisation avec des ressources matérielles ou virtuelles (matières, produits, informations, services, sous-traitances, etc.). Contrairement aux charges, ces acquisitions ont le plus souvent une valeur marchande et sont donc une forme d'investissement. Ces réserves de richesses pourront être stockées en vue d'assumer le fonctionnement de l'entreprise à court ou moyen terme.

* **Charges (frais de fonctionnement)**: Notre future machine à créer des richesses ne pourra fonctionner sans un précieux apport d'énergie et de compétences. Dans l'entreprise, ces denrées vitales nécessitent de payer un ou plusieurs salaires. Il faut aussi financer l'énergie, les communications et les divers produits nécessaires aux fonctionnements. Ces diverses charges seront à payer régulièrement.

* **Recettes (ventes de produits et de service)**: Cette dernière ressource est aussi la plus vitale, car alors que les dépenses visaient à convertir l'argent en outils et en moyens, les recettes suivent un cheminement inverse! ; les produits ou les services qui sortent de l'entreprise devront se retransformer en argent. Cet apport financier plus ou moins constant dépendra essentiellement de l'intérêt et des capacités des clients. Dans tous les cas, ces recettes devront permettre d'assumer l'ensemble des besoins de l'entreprise. Après avoir relevé les spécificités des recettes et des dépenses, nous allons chercher à estimer leurs influences dans le fonctionnement de notre future entreprise (Rochat, 2015).

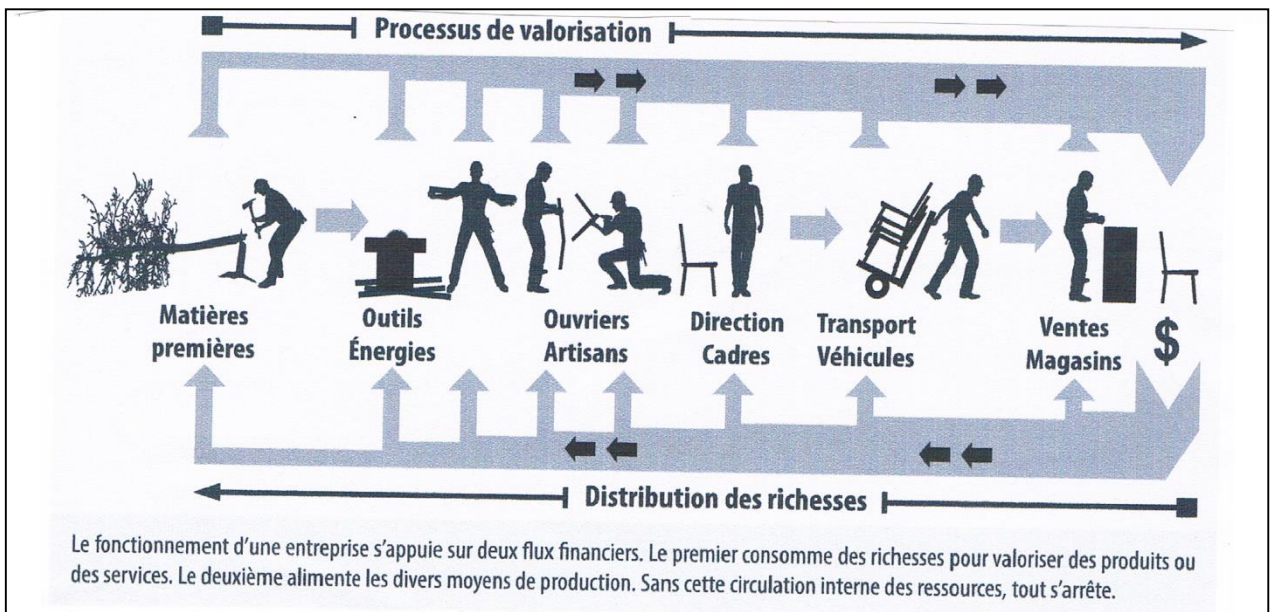


Fig.9: Flux financiers dans une entreprise

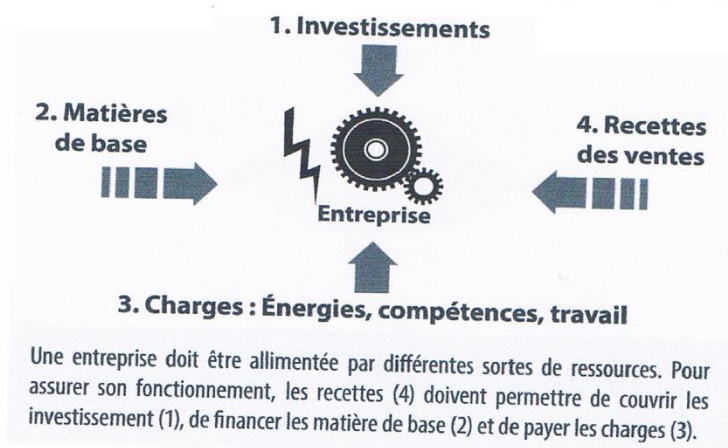


Fig.10: Fonctionnement de l'entreprise

(Rochat, 2015).

Chapitre 03 : Connaissance de l'environnement de l'entreprise

Dans un contexte socio-économique de crise, ces contraintes sont exacerbées. En même temps, les entreprises sont confrontées aux pressions de l'opinion et des pouvoirs publics et aux attentes importantes de la part des clients, fournisseurs et investisseurs. Ainsi, elles doivent assumer des responsabilités élargies, notamment en reconnaissant les conséquences sociétales de leurs activités, par le biais d'une communication transparente et fiable dans la matière. La **figure 11** explique l'environnement PESTEL (politique, économique social technologique écologique et légal) qui entoure l'entreprise.

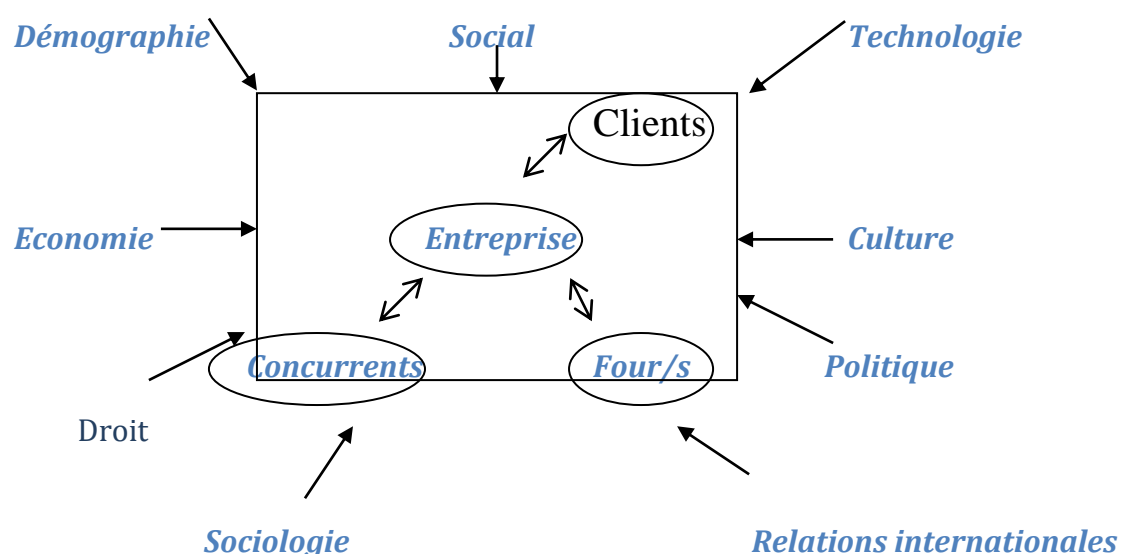


Fig. 11: L'environnement de l'entreprise (Diani, 2012).

Aujourd'hui, nous évoluons dans un « village planétaire » où l'écart riches/pauvres se creuse. On constate une globalisation de l'économie, le travail se divise au niveau international. Le nombre des acteurs augmente car les concurrents, les pays, les marchés se développent.

La course contre la montre est alors de rigueur pour gagner des parts de marché à prendre rapidement. Le client, de son côté, a un pouvoir accru car il est informé à faible coût par le biais des nouvelles technologies comme Internet. L'anglais est devenu une donnée d'entrée, côté client comme côté vendeur et est plus que nécessaire dans les zones de commerce facilité et de libre échange.

Pour réussir, il faut connaître l'environnement de l'entreprise et lire de documentation internationale met à la disposition des exportateurs un ensemble d'annuaires professionnels étrangers (Kompass, annuaires spécialisés...) et de bases de données. Les professionnels locaux restent une aide précieuse. Voici quelques paramètres instables qui il faut contrôler:

3.1.1. La distribution

C'est l'ensemble « des activités qui s'exercent depuis le moment où le produit, sous sa forme d'utilisation, entre dans le magasin commercial du producteur ou du dernier transformateur, jusqu'au moment où le consommateur en prend livraison ».

Qu'il s'agisse de biens de consommation courante, de produits agricoles ou industriels, ou encore de services, la distribution est dans la très grande majorité des cas un intermédiaire obligatoire. *On fait la distinction entre méthodes de vente et formes de distribution.*

- Les méthodes de ventes :

- La vente traditionnelle en magasin ;
- La vente en libre service;
- La vente par correspondance;
- La vente par distributeurs automatiques à domicile ;
- La vente par distributeurs automatiques sur les marchés.

- Les formes de distribution:

Deux grandes formes coexistent :

- Le commerce indépendant isolé, de gros et de détail;
- Le commerce concentré : lui même divisé en:
 - commerce associé;
 - commerce intégré de forme capitaliste;
 - commerce intégré de forme coopératif;
 - grand commerce indépendant.

3.1.2. La concurrence

Il faut dresser la liste de tous les éléments qu'il est indispensable de connaître pour y trouver une parade, ou mieux encore, pour anticiper en se plaçant le premier chaque fois que c'est possible. Par exemple:

Quel est le nombre de concurrents directs, qui sont – ils, quelle est leur part du marché total du produit ? Sur quoi ou sur qui s'appuient – ils, quels sont leurs liens commerciaux, et financiers, voire leurs rapports avec les collectivités locales, la puissance publique ?

Quelle est leur capacité de production, leur souplesse de diversification en cas de nécessité ? Exportent – ils ? Où ? A qui ? Combien ? A quel prix et à quelles conditions ?

Par quels circuits distribuent – ils ? Quelles conditions particulières font – ils aux grossistes, aux détaillants (délais de paiements, marques, remises) ?

Quelle est leur politique de communication (publicité, promotion des ventes, relations publiques) ? Quel est l'historique de leurs produits, de leur succès, de leurs échecs ?

Qu'est le potentiel de recherche (technologique ou commerciale) ? Lancent – ils des produits nouveaux ou suivent – ils le mouvement ? Quelle est leur clientèle, son pouvoir d'achat, sa répartition géographique ?

3.1.3. L'environnement réglementaire

Le législateur est conduit à intervenir de plus en plus en raison de la complexité croissante de la vie économique et de la nécessité accrue de protéger les uns et les autres.

Parmi toutes les lois existantes, les plus importantes ont trait:

- A la concurrence déloyale, à la discrimination dans les transactions commerciales entre professionnels (interdiction de refus de vente, par exemple);
- A la publicité mensongère ou trompeuse ;
- A l'étiquetage des denrées alimentaires (tous les composants et leurs proportions doivent figurer sur les emballages).

3.1.4. Les relations publiques

Elles représentent « l'art de se concilier les publics, de se les rendre favorables ».

En somme, il faut dire que les méthodes de marketing sont en fait des outils d'aide à la gestion des entreprises. En fournissant des analyses précises du marché et des tendances de consommation, elles permettent aux entreprises de situer leur production au plus près des désirs des consommateurs. Les questions qu'elles se posent sont : que produire ?, pour qui ? et quand ?

3.1.5. Les salaires et les entreprises

Les salaires affectent la demande de travail des entreprises, mais ils affectent aussi les choix des travailleurs en termes de secteur, de profession ou de nombre d'heures travaillées.

C'est pourquoi l'efficacité des réallocations suppose que, lorsqu'un travailleur observe les salaires des emplois auxquels il peut prétendre, ceux-ci reflètent les différences de productivité entre les emplois.

Ce serait le cas si le marché du travail était un marché en concurrence parfaite c'est-à-dire sans frictions. Dans cette situation, un demandeur d'emploi observe l'ensemble des postes disponibles et les salaires qui y sont associés. Il peut donc choisir l'employeur qui offre les meilleures conditions. Cette possibilité de choisir le meilleur emploi disponible exacerbe la compétition entre les employeurs. Elle devient telle que la rémunération à laquelle ce travailleur va pouvoir prétendre correspond au salaire maximal qu'il peut obtenir sans que l'entreprise ne perde de l'argent. Le salaire est alors égal à ce que le travail du salarié rapporte à l'entreprise (sa productivité).

-Comment tester ce qu'il en est en réalité? Il suffit de remarquer que si le salaire est égal à la productivité, il est alors fonction des technologies utilisées pour produire et d'éléments observables, comme l'éducation, l'expérience, l'âge, ou inobservables, comme la motivation, qui affectent la productivité. Or, les études empiriques sur la question ont montré que les caractéristiques observables n'expliquent qu'une part limitée des différences de salaires entre individus (entre un tiers et la moitié en fonction des études). Même si l'on prend en compte le fait que l'on n'observe pas tous les déterminants de la productivité et que l'on contrôle ce que les statisticiens nomment l'hétérogénéité inobservée, il reste entre un tiers et la moitié des différences de salaires à expliquer. Dit autrement, des individus, identiques sont payés différemment.

Éclairant cette énigme empirique, de nombreux travaux théoriques ont montré que, si la productivité affecte bien les rémunérations, la manière dont elle se reflète dans le salaire dépend fondamentalement des imperfections du marché du travail. L'idée est simple. Pour l'illustrer, imaginons le cas inverse de la concurrence parfaite, c'est-à-dire un univers dans lequel il n'existe qu'un seul employeur et un grand nombre de demandeurs d'emploi. Pour embaucher, il suffira à l'employeur de fixer un salaire supérieur à ce que l'individu touche au chômage. Il n'y a donc pas de raison pour que le salaire reflète la productivité du salarié. Si l'on généralise un peu l'idée, il est aisé de comprendre que plus la compétition entre employeurs pour conserver leur main-d'œuvre n'est importante et plus le salaire n'est proche de la productivité. De manière générale, les employeurs prennent en compte les opportunités extérieures de leurs salariés et, en fonction de celles-ci, le salaire oscille entre le montant des allocations chômage et la productivité de l'emploi.

Lorsque l'information sur les postes est imparfaite et que les mobilités sont coûteuses, le marché du travail peut donc être vu comme une loterie. Certains travailleurs vont avoir la chance de trouver un employeur proposant des salaires élevés ou auront une opportunité de carrière qui leur permettra de changer d'entreprise et d'améliorer leurs conditions salariales. D'autres ne bénéficieront pas de cette chance et auront des salaires plus faibles et des carrières salariales moins dynamiques. Les imperfections du marché du travail sont donc une source importante d'inégalité salariale entre travailleurs à la productivité pourtant identiques. (Fontaine, 2015).

3.1.6. Offre, demande et prix

On prête au célèbre essayiste écossais du milieu du XIXe siècle, Thomas Carlyle, la boutade suivante : « Apprenez à un perroquet les mots “offre” et “demande” et vous aurez un économiste. » C'est dire l'importance de ces concepts dans le langage courant de cette profession, qui évoque régulièrement la « loi de l'offre et de la demande » comme principe régulateur des économies de marché généralisé au travers de la formation d'un système de prix d'équilibre. John Stuart Mill le formule ainsi dès le milieu du XIXe siècle : « La hausse ou la baisse (du prix) ont lieu jusqu'à

On prête au célèbre essayiste écossais du milieu du XIXe siècle, Thomas Carlyle, la boutade suivante : « Apprenez à un perroquet les mots “offre” et “demande” et vous aurez un économiste. » C'est dire l'importance de ces concepts dans le langage courant de cette profession, qui évoque régulièrement la « loi de l'offre et de la demande » comme principe régulateur des économies de marché généralisé au travers de la formation d'un système de prix d'équilibre. John Stuart Mill le formule ainsi dès le milieu du XIXe siècle : « La hausse ou la baisse (du prix) ont lieu jusqu'à ne doit pas tromper car elle masque des phénomènes très disparates et de plus en plus vagues lorsqu'on passe du niveau microéconomique au niveau macroéconomique (Biasutti et Braquet, 2015).

L'offre et la demande comme fonctions macroéconomiques C'est donc dans une autre logique que les concepts d'offre et de demande sont traités au niveau des grandeurs globales d'une économie.

On les définit dans le cadre d'un modèle dit « offre globale/demande globale » (OG/ DG). Celui-ci est l'outil de base pour étudier les fluctuations à court terme de l'économie (PIB, prix, emploi). Il répond, en le complétant, aux insuffisances du premier modèle de la macroéconomie, le modèle dit IS/LM². L'hypothèse de rigidité des prix de ce dernier n'a pas résisté, en effet, aux chocs inflationnistes des années 1960-1970 qui ont rendu nécessaire de comprendre les interactions entre inflation, emploi et activité économique. Dans ce nouveau modèle, les variations de la demande n'ont pas un effet nécessairement exclusif sur les volumes produits mais peuvent aussi affecter les prix. Le modèle permet aussi d'analyser comment les effets des politiques monétaires et budgétaires se partagent entre la croissance (et le reflux du chômage) et l'inflation. Il peut enfin justifier le passage de politiques centrées sur la demande à des politiques plus orientées vers l'offre (Biasutti et Braquet, 2015).

3.1.7. Le respect de l'environnement, conventions internationales et les concordances avec le développement durable !

3.2. Les critères de choix d'investissement.

Créer et Gérer une entreprise n'est pas chose facile, plusieurs études qu'il faut réaliser avant d'entreprendre vos projets en considération à savoir:

3.2.1. L'étude du marché

Connaître le marché, au sens large, c'est connaître ses clientèles potentielles et leur environnement (économique, psychologique, législatif,...). Cette connaissance doit être la plus complète possible : quantitative, qualitative, motivationnelle.

*** Enquêtes sur la clientèle**

A-Enquêtes spécifiques

Cette étude comprend l'établissement d'un échantillon des clientèles potentielles, une ou plusieurs enquêtes par sondage, le dépouillement et l'analyse des résultats. L'échantillon doit être représentatif. Le questionnaire d'enquête est délicat à mettre au point, et il faut le tester avant l'emploi : il doit éveiller l'intérêt, être toujours clair et précis.

B-Enquêtes collectives

Des sociétés d'études de marché réalisent périodiquement des enquêtes auprès d'échantillons permanents, sorte de mini panels sur divers sujets susceptibles d'intéresser un nombre suffisant d'entreprises clients. Le panel reflète le plus fidèlement possible la population que l'on étudie et chacun de ses membres, répertorié et fiché pendant plusieurs années, répond régulièrement à un questionnaire type, le relevé d'achat.

C-Panels de détaillants

Tous les intermédiaires, grossistes et détaillants, sont un écran entre le client final et le fabricant, qui ignore souvent ce que devient son produit une fois sorti de l'usine. Or, il a besoin de connaître la réponse aux questions : Quel est le degré de dynamisme du réseau de distribution ? Quel est le pourcentage obtenu par chaque type de point de vente dans l'écoulement total de ses produits et de ceux de ses concurrents ? Quels sont les circuits de distribution ou les types de point de vente le mieux adaptés à ses produits, compte tenu de leur coût et de leur rendement ? Quels sont ceux adoptés par la concurrence ?

D-Zones - test:

Avant de lancer un produit sur le plan national, l'entreprise peut le tester « en marché », c'est à dire en situation réelle de commercialisation. Il faut pour cela:

- Sélectionner des zones restreintes mais représentatives du marché national, aussi bien sur le plan de la démographie que sur celui de l'équipement des ménages et de la couverture par les supports publicitaires et par les divers circuits de distribution.

- Préparer la mise en place locale du produit;

- Bâtir une campagne de communication publicitaire sur les mêmes axes et thèmes que la campagne nationale future, mais diffusée localement seulement;

- Déterminer la durée prévue de l'expérience, qui doit être suffisant pour ne pas donner lieu à des conclusions hâtives susceptibles par la suite de se révéler erronées, avec les risques que cela comporte;

- Mettre en place un système de mesure du comportement de la clientèle à partir des résultats desquels on mettra au point la tactique à employer sur l'ensemble du territoire.

***L'action sur le marché**

Fortes des informations obtenues à partir de différentes enquêtes ainsi que de la connaissance réelle de l'environnement, l'entreprise doit agir pour vendre au mieux sa production ou ses services et maximiser à court, moyen et long terme son profit.

*** Le choix d'un circuit de distribution**

Pour choisir le circuit le mieux adapté à la commercialisation des produits, le producteur doit tenir de:

- Critères de choix:

- Le nombre et la répartition géographique des points de vente ;
- Le nombre de clientèle qui les fréquente;
- La rentabilité escomptée des circuits;
- Le degré d'indépendance ou de collaboration des distributeurs vis à vis de la politique commerciale du producteur;
- L'image du distributeur;

- La réduction des coûts de distribution:

L'action sur la distribution passe aussi par la réduction de ses coûts.

*** La promotion des ventes**

La promotion des ventes du produit a pour but le développement des ventes à court termes, et son utilisation doit, pour être efficace, être limitée dans le temps. Elle s'adresse sélectivement à différents publics :

- **Aux consommateurs** : pour lutter contre les actions concurrentes, réduire la saisonnalité d'une consommation, faire connaître ou essayer un produit, « fidéliser » la clientèle, augmenter le nombre d'acheteurs, augmenter les quantités achetées par chacun ;

- **Aux distributeurs** : pour faire référencer un produit, augmenter les quantités commandées ;

- **A la force de vente de l'entreprise** : pour l'inciter à mieux vendre, faire davantage d'efforts de prospection, etc.,...

*** L'emballage – conditionnement**

Le mot « emballage » vient du mot « emballer » qui signifie littéralement « mettre en balle ».

L'emballage doit avant tout conserver et protéger le produit qu'il contient jusqu'à sa consommation.

L'emballage est donc un " ensemble de matériaux destinés à protéger le produit, le transporter, le distribuer, le stocker, le vendre et le consommer " ; ainsi qu'un " moyen de garantir la sécurité de la distribution du produit jusqu'au consommateur final dans de bonnes conditions et à un coût minimum pour l'entreprise.

Mais actuellement, cette fonction n'est plus la seule : l'emballage doit aussi attirer et informer le consommateur, l'aider à utiliser le produit et, après sa consommation, pouvoir éventuellement lui être utile ou, du moins, ne pas lui devenir nuisible en dégradant son environnement.

*** La publicité**

D'une façon générale, une action publicitaire a pour objectifs de :

- Faire connaître un nouveau produit ;
- Influer sur les habitudes de consommation ;
- Développer ou entretenir une notoriété ;
- Rassurer, sécuriser la clientèle potentielle ;
- Agir sur l'image du produit.

Il s'agit pour cela de choisir les axes publicitaires autour desquels va s'articuler la campagne, ainsi que les thèmes publicitaires. Les axes et les thèmes peuvent être multiples en raison de la nécessité de toucher sélectivement les consommateurs, car leurs motivations sont différentes. Sur le plan économique, la publicité représente le plus gros poste de dépense *dans le budget de marketing des entreprises de biens de consommation. C'est également le premier poste à être réduit lorsque les recettes ou les bénéfices chutent.

*** La politique de prix**

La détermination du prix de vente est une tâche d'autant plus délicate que l'entreprise doit tenir compte, non seulement de la nécessaire cohérence entre ces divers objectifs, mais encore de très nombreuses contraintes que le marché fait peser sur elle.

*** Détermination des prix de vente en fonction des objectifs de l'entreprise :**

- Attaquer la concurrence par la mise sur le marché un produit de grande diffusion à un prix très bas ;
- Se défendre devant l'offensive d'une entreprise concurrente cherchant à son tour à conquérir un marché par une politique de bas prix ;
- S'implanter au sein d'un certain type d'intermédiaires (magasins populaires, grandes surfaces, ou au contraire magasins de luxe) en leur consentant des conditions de prix et de paiement avantageuses : remises de toutes sortes, marges de distribution élevées, vente exclusive dans un type de point de vente, etc.,...
- « Ecrémer » le marché en fixant un prix de vente très élevé : cela donne de la firme et du produit une image de « qualité » ;
- Pénétrer le marché par la base, c'est à dire fixer un prix suffisamment bas pour toucher le public le plus vaste possible : sur le plan financier, c'est le nombre élevé d'unités vendus avec une marge bénéficiaire qui doit procurer à l'entreprise son profit ;
- Appliquer successivement les deux techniques, écrémage et pénétration, en « descendant d'un cran » le prix, chaque fois que le segment de clientèle visé a été exploité.
- Inciter les utilisateurs à consommer selon sa propre commodité : le cas le plus simple et celui de l'énergie (électricité), des télécommunications (téléphone) : en fixant des prix très différents, pouvant aller du simple au double selon l'heure (tarifs de nuit, de pointe).

* Détermination des prix de vente en fonction des contraintes du marché

- *La législation* : de nombreuses lois existent qui limitent souvent les possibilités de fixation des prix : réglementation des pratiques discriminatoires, des remises occultes, des prix « plancher », ainsi que les prix ou marges fixés par l'administration, etc.,...
- *La capacité de production* : si l'entreprise fixe un prix très accessible à tous, et si le produit connaît un grand succès, la demande, supérieure aux possibilités de l'offre, suscitera très vite une offre importante de la part de la concurrence au détriment du premier producteur ;
- *Les prix du marché* : l'entreprise peut s'aligner sur ces prix, les dépasser, ou encore fixer les siens plus bas ;
- *La conjoncture économique* : Selon qu'on se trouve dans une phase d'expansion, ou, au contraire, en phase de récession, les entreprises n'auront pas les mêmes facilités pour fixer les prix de leurs produits. Si dans la première de ces phases, la dynamique commerciale les aide à maximiser leurs profits, elles doivent adopter une politique prudente dans la seconde, de façon que le marché puisse répondre à l'offre ;
- *Le coût du produit* : c'est un élément capital dans la détermination du prix de vente. Les coûts variables de production déterminent le prix planché d'un produit. La seule limite au prix plafond est ce que le client est prêt à payer.

* Le type de marché

-**Marché très concurrentiels** : c'est le cas qui se rapproche le plus du « marché de concurrence parfaite ». On y trouve de très nombreux producteurs et de très nombreux consommateurs, aucun n'ayant à lui seul une influence décisive sur le marché ;

-**Marché d'oligopole** : ici, un petit nombre d'entreprises dominent le marché. Deux solutions sont théoriquement possibles : la guerre des prix ou l'entente ;

-**Marché de concurrence monopolistique** : de nombreuses entreprises, concurrentes en réalité, commercialisent des produits que le public perçoit comme différents. Cela permet à chacune de se comporter comme si elle était seule, en particulier pour fixer ses prix de vente.

* Le type de produit

-**Produits de mode** : l'entreprise pratique dans un premier temps une politique d'écrémage, suivie à plus ou moins court terme d'une baisse générale des prix, ce qui favorisera la pénétration par la base du marché. Si l'opération réussit, l'entreprise maximise doublement son profit ;

-**Produits de luxe** : Les firmes fixent les prix de produits « de luxe » ou fabriqué avec des matières reconnues comme « nobles » à des niveaux proportionnels à leur valeur comparative.

-**Produits de consommation très courante (Exemple le pain)**: la marge de manœuvre est inexistante : les habitués, s'ils acceptent une baisse, refuseront une hausse, et la demande se portera ailleurs, sur un concurrent.

- *La phase dans laquelle se trouve le produit* : Tous les produits ont un cycle de vie passant par quatre phases principales : décollage, croissance, maturité, déclin.

L'entreprise fixe un prix au départ, qu'elle modifie parfois au cours de la vie du produit, en fonction des circonstances ;

- *La demande* : qui varie en fonction de nombreux éléments : prix, image du produits, etc.,...

* **Elasticité de la demande** : On appelle élasticité de la demande au prix, le rapport des accroissements relatifs des deux variables :

$$e = \frac{\Delta D}{D} / \frac{\Delta P}{P}$$

On peut dire qu'en général, une augmentation du prix d'un produit tend à faire baisser la demande, et qu'inversement, une diminution l'accroît.

* **Acceptabilité du prix** : Partant de la constatation que certains n'acceptent pas d'acheter au dessus – d'un certain prix, alors que d'autres ont le même comportement au dessous d'un certain prix, les premiers trouvant qu'à ce prix c'est trop cher payé, les autres, qu'en dessous de ce prix le produit ne peut pas être bon, l'entreprise doit chercher à connaître les limites « acceptables » par un nombre suffisant d'acheteurs pour que son activité soit rentable.

*Facteurs purement psychologiques

-**Prix rond**: Ce sont ceux qui se terminent par 0 ou 5 (lorsqu'ils sont faibles, comme 40 ou 85) ou par plusieurs 0 (lorsqu'ils sont élevés, comme 4000 ou 8500) ; ces prix ont d'une façon générale la faveur du public qui les trouve simples.

-**Prix seuil**: Il s'agit d'un « seuil psychologique ou « zone de blocage » qu'il est difficile de franchir. Ainsi, 10 étant par exemple considéré comme un seuil pour un tel ou tel produit, le vendeur restera le plus longtemps, possible en dessous, quitte, dans le cas extrême, à employer la « méthode » du 9.95 ou 9.90.

*L'existence d'une rentabilité minimale

Le but du calcul de rentabilité économique est d'apprécier si l'investissement envisagé est rentable et dans quelles proportions. Ne serait-ce qu'à cause de la limitation des capitaux disponibles, ce calcul permettra de comparer la rentabilité de l'investissement avec celle des autres projets. Un calcul de rentabilité n'aura cependant de sens que si les prévisions d'encaissements et de décaissements ont été déjà très affinées.

Règle d'or

On dégagera d'abord la rentabilité économique de l'investissement, sans s'occuper particulièrement de son financement, puis la rentabilité financière après la prise en compte du financement.

L'objectif essentiel de toute activité économique (production agricole y compris) c'est la création d'une valeur nouvelle ; pour atteindre l'objectif, la valeur produite doit être > à la valeur de l'∑ des inputs (coûts de production).

Valeur créée = Valeur produite – Coûts de production.
--

L'existence d'une valeur nouvellement créée (seule) ne suffit pas afin d'assurer la rentabilité d'une unité de production, encore faut-il que cette valeur nouvelle soit > aux coûts financiers.

Rappelons que les coûts globaux = coûts de production + coûts financiers.

Donc, le revenu net = valeur produite – coûts globaux.

Une exploitation est rentable : une reproduction élargie est possible.

$$\text{Taux de rentabilité} = \frac{\text{Revenu net}}{\text{Coûts globaux}} \times 100$$

Taux de rentabilité > 0 : Bénéficiaire

Taux de rentabilité = 0 : Rien

Taux de rentabilité < 0 : déficitaire.

- **Facteurs influents sur la rentabilité:**

La rentabilité d'une unité de production dépend des conditions externes (niveau des prix agricoles, et non agricoles) ainsi que des facteurs internes.

Afin d'améliorer la rentabilité, celui qui gère une unité de production doit agir au mieux des facteurs internes, afin de mieux s'accommoder aux conditions externes.

C'est au niveau des facteurs internes qu'on peut accroître le rapport Effet / coût, en augmentant ainsi les revenus.

Les principaux facteurs internes desquels la rentabilité dépend sont les suivants :

- **Structure de production:**

Selon la spéculation, la rentabilité diffère.

- **Structure d'inputs :**

Il existe une certaine possibilité de substitution d'un type d'inputs par un autre moins coûteux. Aussi, il est nécessaire d'assurer un équilibre entre les différents types d'inputs afin de valoriser entièrement tout moyen utilisé (Association de vesce - avoine).

- **Degrés de concentration de la production:**

Il existe un optimum de concentration des moyens de production qui assurent la rentabilité la plus élevée, cet optimum diffère selon la spéculation, au dessus de ce niveau optimal, une concentration prononcée davantage entraîne une sous – valorisation des inputs et une baisse de la rentabilité.

- **Niveau d'intensité:**

Il existe un niveau optimal, c'est à dire un niveau « d'inputs de travail » et des moyens de production pris ensemble / unité de surface agricole, ou le rapport entre les effets et les dépenses est le plus favorable, c'est un niveau où la quantité du produit obtenu / unité d'input est la plus élevée.

- Rapport entre l'intensité et la rentabilité d'une exploitation :

- Plus la production est intense, plus elle est chère.
- Relation (rapport entre le produit moyen P/i et le produit marginal DP / Di)

Il se pose le choix du niveau d'intensité où la Σ du surplus unitaire est la plus élevée. Dans notre exemple, c'est le niveau III qui est le plus avantageux.

Le niveau d'intensité où la Σ des surplus unitaires est la plus élevée assure aussi le maximum de produit / unité d'inputs, ceci résulte de la loi de l'efficacité décroissante des inputs, qui veut que chaque unité de plus provoque un accroissement de production inférieur à celui obtenu par unité précédente d'inputs.

Ainsi donc au fur et à mesure de l'accroissement des inputs, leur effet sous forme de produit marginal diminue

Produit marginal \longrightarrow DP / Di

Si on continue à accroître les inputs, le DP / Di ne cesse de diminuer jusqu'au moment où l'unité d'inputs de plus ne provoque aucune augmentation de la production et le $DP / Di = 0$.

A partir de ce moment, toute augmentation des inputs cesse d'être raisonnable, si malgré cela on continue d'accroître les inputs, le rapport $Produit/i$ se dégrade de plus en plus : le produit moyen décroît considérablement.

$P \text{ moyen} = P / i = \text{Produit obtenu contre la dépense d'une unité d'input.}$

Au niveau d'une unité de production, le produit moyen correspond à la fraction : $\text{Produit global} / \text{Coûts de production.}$

Voir le tableau : Le maximum de produit / unité d'input, c'est à dire le Produit moyen le plus élevé s'obtient quand le produit marginal est \geq Produit moyen. $DP / Di \geq P / i$

La rentabilité des capitaux propres s'exprime à l'aide du ratio « résultat net sur capitaux propres » (RN/CP). Le résultat net est ce qui reste une fois toutes les charges payées, y compris les charges financières et l'impôt société. Ce résultat revient à l'actionnaire. Les capitaux propres correspondent aux capitaux engagés par l'actionnaire. Ce ratio représente donc le pourcentage de rémunération attendu par l'actionnaire qui est couramment estimé à 15 %. Ce 15 % représente le taux de rémunération des obligations à 10 ans correspondant à un placement sans risque, auquel on ajoute une prime de risque estimée à 10 % par les marchés financiers. Pour améliorer ce ratio il faut maximiser le résultat et minimiser les capitaux propres.

L'emprunt est fonction des fonds propres Le montant des capitaux propres aura une influence directe sur les capitaux empruntés. En effet, les banquiers, les analystes financiers sont très attentifs au ratio « capitaux nets empruntés/capitaux propres ». La banque de France recommande de ne pas dépasser 1. On peut donc emprunter au maximum une fois ses capitaux propres.

Ce rapport s'appelle le levier. Le levier démultiplie tout. Il doit être adapté aux risques du contexte économique et aux relations actionnariales. Si la rentabilité baisse et que les taux montent, les investisseurs vendent les actions et investissent en obligations.

On constate que :

- plus le taux d'endettement est élevé, plus la rentabilité des capitaux propres est forte si le taux de rentabilité des capitaux investis est supérieur au coût de la dette ;
- plus le ratio d'endettement est élevé, plus le risque de fluctuation du résultat est important ;
- L'investisseur actions et les partenaires financiers demandent une prime de risque supérieure pour un endettement supérieur. Le rôle stratégique de l'endettement est aujourd'hui bien connu. Il est parfois souhaitable de s'endetter fortement pour conquérir des parts de marché, et, à terme, s'assurer des « vaches à lait ». Paradoxalement cela peut et doit souvent s'accompagner d'une politique de prix agressive. Toyota, BASF, aujourd'hui largement désendettés, ont mené cette politique en phase de forte croissance. Bénéteau a largement suivi cet exemple. L'utilisation du levier boursier, lorsqu'on a un PER élevé, joue un rôle similaire.

***Le délai de récupération (DR)**

Le DR est le temps nécessaire pour que l'entreprise soit remboursée des fonds qu'elle a dépensés pour réaliser l'investissement. Lorsqu'il y existe plusieurs projets de même nature en concurrence, on aura tendance à retenir celui dont le DR est le plus court. C'est un phénomène qu'on rencontre souvent dans les PME et les entreprises anglo-saxonnes soucieuses de rentabilité à court terme. Étant un critère de liquidité, il s'accompagne

généralement d'un autre critère plus axé sur la rentabilité, comme la valeur actuelle nette ou le taux interne de rentabilité.

***Étude de sensibilité**

On étudiera des scénarii introduisant la sensibilité à certaines variables externes. C'est la technique du « *what if* » : que se passerait-il si telle variable externe s'écartait de la « valeur choisie » ? Par exemple, que deviendrait la rentabilité d'un projet si le coût d'une matière flambait, si le taux de change USD décrochait de son taux actuel ?

L'analyse de sensibilité permet de mettre en évidence les variables sensibles : celles qui sont les plus aléatoires et dont l'impact sur les variables de décision est le plus grand.

3.3. Les causes de détérioration des marges proviennent de:

* **l'effet ciseau** : il y a effet ciseau lorsque le résultat se dégrade à cause de l'évolution défavorable du prix de vente par rapport au coût d'achat ou coût horaire des salaires. C'est le cas de l'industriel qui ne parvient pas à répercuter la hausse de coût des matières premières dans son prix de vente. Il se détecte au niveau du taux de marge brute ;

* **l'effet point mort** : il y a effet point mort dès lors que la marge sur coût variable se dégrade par rapport aux coûts fixes, pour une autre cause que la dégradation du taux de marge.

Chapitre 04: Eléments de comptabilité analytique et analyse du coût de production

4.1. Définition de la comptabilité analytique

On recueille les informations de la comptabilité générale qui concernent la classe des charges et la classe des produits.

La comptabilité analytique a été élaborée notamment pour la détermination du prix de revient du ou des produits élaborés par une unité de production, elle permet ainsi de contrôler la rentabilité (le fait qu'une unité économique réalise à faire des gains) et elle facilite la prise des décisions (Kaci, 2008).

On doit mettre en place une clé de répartition qui nécessite des fiches d'exploitation qui doit contenir des informations fiables pour avoir des résultats fiables. On doit actualiser la fiche d'exploitation à chaque fois qu'on effectue une opération.

La comptabilité analytique impute (analyse) les charges par destination à partir d'un découpage de l'unité de production en centres de coûts qui est une activité consommatrice de ressources dans une unité quelconque.

On parle d'activité car les moyens et les processus sont différents.

Exp: 3 centres de coûts : Maraîchage, arboriculture et élevage.

4.2. Les notions de coût de production et de prix de revient

Le coût de production est le montant des dépenses monétaires nécessaires à ce qu'à coûté la production, c'est à dire au **coût de production**, ce sont les frais de diverses natures : achat de matières, de combustibles, achat de machines (ou plus exactement imputation d'une partie de leur valeur) ; paiement des salaires,...

Ces frais se manifestent au niveau d'un **prix de revient**.

Le prix de revient est l'ensemble des dépenses engagées pour la production et la distribution d'un service.

4.3. Classification des coûts

En fonction des critères utilisés, on distingue diverses catégories de coûts :

- Les coûts de production et les coûts financiers.
- Les coûts directs et les coûts indirects.
- Les coûts stables et instables.
- Les coûts généraux et unitaires.

4.3.1 Les coûts de production et les coûts financiers

Dépenses liées directement à la production qui représentent la valeur monétaire des "inputs". Dans cette catégorie, on distingue deux (02) sous – catégories :

- **Les coûts du produit global (Coût de production)**, ce qui représente la valeur de l'ensemble des inputs exprimés en unité monétaire.
- **Les coûts du produit final brut (Coût d'exploitation)**, ce qui représente la valeur des "inputs" autre que les moyens circulants¹ d'origine agricole fabriqué dans l'unité de production.
- **Coûts financiers** : ce sont les dépenses liées à l'existence de l'unité de production et débitées indépendamment du processus de production et n'ayant aucune forme matérielle (impôts, taxe, etc.,...).

4.3.2. Les coûts directs et les coûts indirects

Les coûts indirects sont liés à la fabrication d'un ensemble de produits ou d'un groupe de produits sans possibilités de préciser quel est leur montant dépensé pour avoir tel ou tel produit.

Parfois on distingue les coûts indirects liés à la production végétale (ex : salaire d'un responsable de la production animale) et les coûts indirects liés à la production animale (ex : tracteur affecté à l'étable).

Les coûts directs sont liés à la fabrication d'un produit bien défini.

4.3.3. Les coûts stables (Fixes) et instables (variables)

Les coûts stables (Fixes) dépenses qui ne varient pas d'une campagne à une autre et qui ne dépendent pas de la quantité du produit obtenu. Ex : coûts d'entretien d'un bâtiment.

Les coûts instables (variables) dépenses qui varient en fonction du volume de production, ces dépenses peuvent croître parallèlement à la croissance de la production, soit proportionnelle, soit progressive, soit régressive.

Ex : dépenses liées à la fertilisation;
dépenses liées à l'alimentation des animaux.

4.3.4. Les coûts généraux et unitaires

Les coûts généraux dépenses débitées pour obtenir la quantité totale d'un produit ou d'un groupe de produit.

Les coûts unitaires dépenses débitées afin d'obtenir une unité d'un produit donné.

4.3.5. Autres catégories de coûts

Les coûts spéciaux dépenses supplémentaires nécessaires afin d'accroître la production d'un produit bien défini, ayant à la fois les caractères directs et instables

Les coûts d'activité ensemble des dépenses liées à la consommation de l'énergie (Force humaine et animale), ce coût englobe :

- le coût de la main d'œuvre;
- le coût de la traction animale et mécanique;
- l'amortissement des moteurs;
- le coût de l'électricité et du combustible.

Remarque : Concernant les points de 1 à 5, chaque type de coût peut être considéré soit en tant que coût réel, soit en tant que coût planifié.

4.4. Méthodes de calcul de coûts

Il existe plusieurs méthodes:

4.4.1. Méthode de sommation des coûts

Cette méthode peut être utilisée pour calculer les coûts unitaires (**coûts dépensés / Unité du produit ou par unité de surface, ou par animal**).

Cette méthode consiste à additionner tous les coûts directs qu'on connaît et à évaluer la partie de coûts indirects liés au produit concerné.

Cette évaluation se fait de la façon suivante :

Si la valeur du produit concerné est x % de la valeur produite, on admet que le même pourcentage des coûts indirects d'exploitation a été dépensé pour la fabrication du produit concerné, ainsi :

Coût général d'un produit = \sum coûts directs + X % (coûts indirects d'exploitation)

Coût unitaire = coût général / nombre d'unités produites.

4.4.2. Méthode du coefficient synthétique

Cette méthode se sert d'un coefficient de coûts que l'on calcule pour un ensemble de productions, selon la façon suivante :

$$\text{Coefficient synthétique du coût} = \frac{\text{Coûts globaux}}{\text{Valeur produite}} \times 100$$

Pour connaître le coût unitaire d'un produit X, il suffit de multiplier les prix unitaires de ce produit par ce coefficient :

Par exemple : Si le prix unitaire d'un produit est de 18 DA et si le coefficient est de 0.9

Le coût unitaire de ce produit est: $18 \times 0.9 = 16.2$ DA

4.5. Moyens durables

On les appelle moyens durables parce qu'ils sont mis en valeur sous forme d'un stock et non pas sous forme de flux ; ils ne sont consommés que partiellement dans un cycle de production. Ils servent à plusieurs cycles. Ils transfèrent une partie de leur valeur au produit final du cycle. Ce transfert de valeur des moyens de production durables au produit final sert de base pour le calcul de **l'amortissement**, c'est une technique de mesure de l'usure de moyens de production durables.

4.5.1. Amortissement des moyens de production durables

Les moyens de production durables sont utilisés de manière répétitive au cours de plusieurs cycles de production. Ils s'usent ainsi graduellement jusqu'à leur péremption. L'évaluation de leur usure graduelle se fait au moyen de **l'amortissement**, c'est la différence de la valeur d'un moyen durable d'un cycle à l'autre.

- La V_i d'un moyen durable = C'est la valeur au moment de la mise en production.
- La V_f d'un moyen durable = C'est la valeur à la fin de son exploitation (valeur du matériel).
- Valeur brute d'un moyen durable = $V_i + \text{Réparation}$.
- Valeur nette d'un moyen durable = V. brute - Amortissement.

L'amortissement peut avoir un caractère technique (usure), ou un caractère économique, en fonction du progrès technique et de l'apparition de moyens nouveaux plus efficaces.

L'amortissement peut être examiné sous 3 formes :

A_t = Amortissement à un moment donné = Valeur Brute – Valeur Nette (calculé à la base de temps).

$$A_a = \text{Amortissement annuelle} = \frac{V B - V N}{\text{Durée (T)}}$$

C'est la différence entre la Valeur Brute et la Valeur Nette rapportée à l'année

$$A_u = \text{Amortissement unitaire} = \frac{V B - V N}{\text{Quantité du produit obtenu}}$$

C'est la différence entre la Valeur Brute et la Valeur Nette rapportée à la quantité du produit obtenu.

$$a = \text{Taux annuel d'amortissement} = \frac{\text{Amortissement annuel}}{V_i} \times 100$$

$$A_p = \text{Amortissement total (à la base de la production)} = V_i - V_f$$

$$A_{pu} = \text{Amortissement à un moment donné après obtention de P unité}$$

$$\text{de production} = \frac{V_i - V_f}{P} \quad (\text{dépréciation de la valeur}).$$

Exemple : Un éleveur a acheté en 2004 un tracteur à un prix de 800 000 DA, sa durée de vie est de 10 ans. Calculer le taux annuel d'amortissement ?

Années	V_i	A_a	V_f
2004	800 000	80 000	720 000
2005	720 000	80 000	640 000
2006	640 000	80 000	560 000
2007	560 000	80 000	480 000
2008	480 000	80 000	400 000
2009	400 000	80 000	320 000
2010	320 000	80 000	240 000
2011	240 000	80 000	160 000
2012	160 000	80 000	80 000
2013	80 000	80 000	0
2014	0	-	0

Amortissement annuel :

$$A_a = \frac{V_B - V_N}{T} = \frac{800\,000 - 0}{10} = 80\,000 \text{ DA}$$

$$\text{Taux annuel d'amortissement} = \frac{A_a}{V_i} \times 100 = \frac{80\,000}{800\,000} \times 100 = 10 \%$$

4.5.2. Reproduction des moyens durables

On reproduit les moyens durables au fur et à mesure de leur usure, la reproduction consiste à compenser la diminution de leur valeur (technique et économique), c'est à dire à compenser leur amortissement.

On distingue 3 types de reproduction :

- **Reproduction simple :** Où la compensation = amortissement.
 - **Reproduction simple partielle :** Réparation, rechange de pièces,...
 - **Reproduction simple complète :** Remplacement d'un moyen usé par un autre neuf mais de même valeur.

La reproduction simple complète constitue un investissement de **restitution**.
- **Reproduction élargie :** Compensation > Amortissement.
Elle se réalise par des investissements de développement et la valeur du moyen augmente.
- **Reproduction restreinte (négative):** Compensation < Amortissement.
L'usure d'un moyen n'est pas compensée à la manière suffisante, et la valeur de ce moyen diminue.

Les investissements :

- **de restitution** = Ensemble des dépenses liées à un maintien de la valeur des moyens durables.
- **de développement** = Ensemble des dépenses liées à l'accroissement de la valeur des moyens durables, se réalise par création de moyens n'ayant pas existés auparavant.

Les investissements de restitution (afin d'assurer la reproduction simple) doivent représenter une valeur égale à la différence entre l'amortissement et les coûts de réparation.

Besoins en investissements de restitution = amortissements - coûts de réparation.

Le coût de la **reproduction simple (complète et partielle)** est prélevé du fond d'amortissement d'exploitation agricole. Tandis que les dépenses liées aux **investissements de développement** (nets) sont prélevés du fond d'accumulation qui s'est alimenté par le revenu net d'exploitation.

4.5.4. Efficacité des investissements

S'exprime par un rapport entre l'accroissement de la production (valeur d'un produit supplémentaire obtenu grâce aux investissements) et le coût des investissements :

$$= \frac{DP}{i} \geq 1 \text{ (investissement efficace)}$$

4.5.5. Etat de reproduction des moyens durables

Se caractérise par les indices suivants :

$$\text{Degrés d'usure} = \frac{\text{Valeur nette}}{\text{Valeur brute}}$$

$$\text{Taux de réforme} = \frac{\text{Valeur brute réformée durant l'année}}{\text{Valeur brute des moyens durables au début de la campagne}}$$

$$\text{Taux de renouvellement} = \frac{\text{Valeur brute à la fin de la campagne}}{\text{Valeur brute des moyens durables au début de la campagne}}$$

$$\text{Taux de renouvellement} > \text{Taux de réforme}$$

4.6. Moyens circulants

Ils sont consommés entièrement dans un cycle de production, toute leur valeur se transmet au produit obtenu. Elles sont mises en valeur sous forme de flux, c'est à dire successivement en fonction du processus de production. Durant le processus de production, les charges variables passent par 3 phases :

- Préparatoire ;
- Transformation ;
- Ecoulement.

Une partie des charges variables (ceux produits dans l'unité de production) semences, litière, fourrage ne passe pas par le stade argent.

Chapitre 05: Droit de l'entreprise

5. Droit de l'entreprise

L'Entreprise et le droit forment un couple inséparable dans une société où règne la liberté d'entreprendre. Dans une telle société, les entreprises bénéficient par principe de la liberté de produire et vendre les biens et services qu'elles souhaitent, selon le processus de production et l'organisation économique qu'elles choisissent. Cette liberté d'initiative économique est la conséquence des principes fondateurs de la société, que sont la liberté et l'autonomie individuelle, dont on entend qu'ils soient à l'avantage du plus grand nombre. Certains ont même cru que ces principes suffiraient à une autorégulation de la société par l'activité économique, et que l'Etat devrait rester étranger au jeu économique, restant dans le cadre du laisser-faire (Robé, 2003).

L'entreprise est également une des organisations fondamentales de la vie sociale. Cela est vrai du point de vue de la société dans son ensemble, puisque les décisions économiques d'investissement, de recherche, de licenciements, etc., qui font l'économie sont prises en son sein. Mais cela est vrai également du point de vue des individus, des salariés notamment, à qui elle donne une rémunération et un statut ; ou encore des consommateurs, à qui elle fournit des produits. Les chefs d'entreprise sont soumis à de très nombreuses normes juridiques complexes et contraignantes. Ils ont souvent l'impression, contrairement à ce que pourrait suggérer le titre de ce débat, qu'on ne les oublie pas beaucoup. Mais n'est-ce pas parce que l'entreprise, elle, a été oubliée par le droit ? (Robé, 2001).

5.1. Le contrat de société

L'entreprise accède à la vie juridique au travers de multiples supports juridiques. L'un des plus importants est le **contrat de société**: c'est un accord entre des gens qui décident de fonder une entreprise et qui vont devenir des associés. Par ce contrat, ils créent une société qui a la personnalité morale: ils lui donnent **un nom et une adresse**, définissent son activité - son objet social -, et mettent des moyens de fonctionnement à sa disposition - son capital social. (Robé, 2001).

-D'autres contrats

L'entreprise, ayant ce que l'on appelle la personnalité morale, peut passer des contrats, y compris avec d'autres participants à l'entreprise, à commencer par les salariés qu'elle intègre à l'entreprise grâce aux contrats de travail. Les autres fournisseurs des ressources utilisées par l'entreprise (le bailleur des locaux, le loueur du matériel, le prêteur de fonds, etc.) vont également conclure avec l'entreprise des contrats qui vont les intégrer, partiellement, dans l'entreprise.

Le consommateur, lui-même, peut se trouver happé, dans une certaine mesure, par l'organisation de l'entreprise. Évidemment, lorsque l'on va acheter son pain, on n'est pas intégré à la boulangerie ; mais quand on signe un contrat pour l'achat d'une voiture, par exemple, la conduite de la voiture ou son entretien conditionne la garantie ; arrivé chez le concessionnaire, le consommateur se retrouve dans la position d'un administré, etc. On pourrait donner de multiples exemples de contrats intégrateurs, normatifs, dans la panoplie des contrats inventés par les entreprises pour servir de supports juridiques à leur fonctionnement (Robé, 2001).

Sans l'existence du droit du travail, par exemple, on sait bien que l'exploitation des capacités productives de l'être humain peut devenir abusive. Ou encore, on sait bien que laissées à elles-mêmes, certaines entreprises font un usage abusif de l'environnement en le polluant. (Robé, 2003).

C'est donc par le droit que l'harmonisation des intérêts divergents qui sont affectés par l'entreprise peut s'effectuer. Le droit, s'il laisse par principe les entreprises libres de développer leurs activités comme elles le souhaitent, détermine par exception des normes qui viennent réduire le champ de ce qui est possible. Posons que les institutions démocratiques de notre société ne recherchent que l'intérêt général. Alors, les normes adoptées par ces institutions ne visent qu'à faire en sorte que l'activité privée s'exerce d'une manière compatible avec l'intérêt général (Robé, 2003).

5.2. Dynamique et complexité du droit de l'entreprise

Dans une entreprise statique, le droit pourrait ne pas changer. Mais parce que les entreprises évoluent, parce que leur organisation interne change, parce qu'elles adaptent leurs productions et leurs méthodes aux besoins changeants des marchés, parce que les conséquences de leurs actions sur leur environnement changent aussi, le droit doit s'adapter et évoluer.

Au fur et à mesure de l'accroissement du rôle qu'elles ont joué dans l'économie, les entreprises ont ainsi créé une demande de droit - pour disposer des moyens de technique juridique qui pouvaient leur faire défaut pour organiser leurs activités - et engendré un besoin de droit - pour que soit assurée la défense des intérêts insuffisamment pris en compte par elles dans leurs actions. Sans un droit des sociétés moderne, sans un droit de la distribution performant, sans un droit boursier efficace, pas de grande entreprise; mais sans la grande entreprise, nul besoin d'un droit de l'environnement sévère, d'un droit du travail développé, d'un droit de la consommation protecteur du consommateur, d'un droit de la concurrence protégeant l'existence même des mécanismes du marché.

Entreprise et droit évoluent ensemble sans que l'on puisse déterminer ce qui vient en premier dans le processus d'adaptation mutuelle qui les lie.

Une première source de complexité des rapports entre entreprise et droit vient du fait que, tant au niveau du droit utilisé par les entreprises pour organiser leurs activités que du droit protecteur créé par l'Etat pour protéger certains intérêts, plusieurs générations d'entreprises - et de droit - se superposent.

Ainsi, le droit de la petite entreprise qui rassemble peu de personnes et agissent sur un marché local - existe depuis longtemps; les solutions aux problèmes soulevés par l'organisation de ces entreprises, qui sont du domaine de la relation interindividuelle, ont été trouvées depuis longtemps. Mais au-dessus de ce droit, au-dessus de ce niveau élémentaire du droit de l'entreprise locale, il y a plusieurs strates de formes d'entreprises, et de droit, qui se superposent. Les entreprises modernes ont des structures juridiques qui peuvent être d'une formidable complexité. Elles peuvent être organisées en groupes de sociétés ayant des centaines de filiales de par le monde, dont certaines peuvent être cotées sur une ou plusieurs bourses de valeurs. Elles peuvent avoir une multitude d'activités, des actionnaires de multiples nationalités, des salariés dans des dizaines de pays. Les problèmes soulevés par ce type d'organisations sont beaucoup plus complexes et nouveaux. Le droit doit s'y adapter par la production de normes différentes de celles rendues nécessaires par les structures plus simples.

Outre la diversité des entreprises, une seconde source de complexité tient au fait que face à la mondialisation de l'économie - grande mutation de notre temps qui n'est en grande partie rien d'autre que le résultat de la mondialisation des entreprises. la production des normes juridiques au niveau des Etats est rendue plus difficile par le fait que les entreprises se trouvent en position de «jouer» un Etat contre un autre. Face à des normes qui leurs sont défavorables, les entreprises ont la possibilité de « délocaliser» certaines activités, lorsque celles-ci sont mises en danger (parce qu'elles deviennent interdites ou voient leur rentabilité réduite) par de nouvelles normes. Alors que les normes du droit régulatrice ont été, jus, qu'à présent, essentiellement une production des Etats, c'est-à-dire le produit d'institutions territoriales, applicable sur le seul territoire national de chaque Etat concerné, le droit doit aujourd'hui s'adapter à une économie qui s'étale largement au-dessus des frontières étatiques.

5.3. L'inexistence officielle de l'entreprise

Le lien entre les analyses **micro et macrojuridiques** de l'entreprise est encore compliqué par un fait que nous avons négligé jusqu'à présent. Nous avons parlé de l'entreprise, comme si elle était une personne, une unité, un centre d'attribution de droits et d'obligations, de volonté, de responsabilité. Or, si dans la vie courante, c'est bien ainsi que l'on parle des entreprises (on parle ainsi de «Renault », de « Microsoft »), pour les juristes, l'entreprise n'existe pas en soi. Le tout qui constitue le circuit de contrats servant de support juridique à une entreprise n'a pas d'existence juridique propre. Il est surprenant de constater que dans aucun ordre juridique, l'entreprise en soi ne se voit reconnaître la personnalité morale, une existence en tant qu'unité juridique. Dans le même temps, pourtant, chacun des droits positifs existants (les différents droits nationaux et le droit international) tient compte, dans divers domaines du droit, du fait que l'entreprise a une unité d'action, et en tire des conséquences juridiques au niveau microjuridique (existence d'un droit des groupes de sociétés, par exemple), et surtout au **niveau macrojuridique** (par la production d'un droit régulateur spécifiquement tourné vers certaines formes d'entreprises). Cet aspect des choses - l'inexistence juridique de l'entreprise - pourrait sembler n'être qu'un problème de pure technique juridique. L'inexistence de l'entreprise en soi est cependant déterminante pour l'analyse du rôle de l'entreprise dans une société telle que la nôtre, et de la manière avec laquelle elle est traitée par le droit. L'impact de l'entreprise au niveau de la production du droit régulateur découle en effet de cette dichotomie: **il y a à la fois existence de circuits de contrats cohérents**, qui ont des conséquences économiques et politiques importantes (accrues aujourd'hui par la mondialisation de l'économie), et ignorance officielle de cette existence par le droit positif. Cette existence de fait de l'entreprise en tant qu'unité, et cette inexistence en droit en tant que telle, permet une vie très particulière à l'entreprise, entre droit et non-droit. C'est le droit qui lui permet de fonctionner ainsi, en tant qu'unité; mais celui-ci n'en tire officiellement pas de conséquence par la reconnaissance juridique de cette unité.

Le microjuridique (l'organisation interne de l'entreprise qui fait qu'un type de circuit est rentable ou ne l'est pas) est ainsi relié à la macro juridique (le droit produit par les institutions politiques territoriales pour forcer à la prise en compte des intérêts affectés par le jeu économique).

La complexité des rapports entre le droit et l'entreprise au niveau macro juridique est encore accrue par le, fait que la surface de notre planète est éclatée en Etats souverains qui produisent chacun leur propre droit de manière autonome, alors que l'on assiste à une internationalisation

de l'économie, c'est-à-dire à une unification progressive du champ d'action des entreprises au niveau mondial. Si nous reprenons notre exemple d'une loi nouvelle interdisant un certain mode de production, une entreprise peut aujourd'hui décider de «délocaliser» sa production, et de venir servir le marché existant sur le territoire de l'Etat dont elle est originaire *de l'extérieur*. On a alors déplacé la production, la pollution, les emplois, éventuellement les profits, etc. Evidemment, tout cela pose de nombreux problèmes qui peuvent alors nécessiter une action internationale efficace: une véritable production de droit économique *international*.

5.4. La structure micro juridique de l'entreprise

- L'entreprise: un circuit de contrats, de droits de propriété et de sociétés L'entreprise n'existe pas en tant que telle en droit.

Ces organisations que le langage courant désigne sous un nom unique tel que « Toyota », « Microsoft » ou « Elf Aquitaine » ne correspondent pas à un concept unique ayant une signification précise comme c'est le cas, par exemple, avec la notion de « société ». Cette inexistence du concept d'entreprise en droit positif entraîne d'ailleurs une confusion constante entre les mots « entreprise » et « société ». Ces deux mots sont en permanence mélangés tant par les praticiens que par les auteurs ou même par le législateur. Ce dernier, notamment, n'a pas consacré l'entreprise comme notion juridique autonome, mais utilise ce mot dans de multiples textes, avec une multiplicité de sens. Ainsi, par exemple, l'« entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée », est une forme de société à responsabilité limitée (SARL) avec un seul associé; ce n'est pas une entreprise, au sens que nous avons donné plus haut à ce terme.

Le mot « entreprise » est donc un mot dont il faut se méfier lorsqu'on le rencontre, même dans les textes de lois. Puisqu'il n'a pas de signification unique précise, le sens qui lui est donné - et qui reste parfois très flou - dépend du contexte dans lequel il est utilisé. L'inventaire de toutes les significations qu'il prend défie toute généralisation, toute théorie de l'entreprise, du point de vue interne au droit positif.

Il est remarquable, d'ailleurs, de constater que cette difficulté n'est pas spécifique au droit de plusieurs pays. Par exemple, la même confusion existe en anglais avec les mots « corporation » et « company » qui, selon le contexte, signifient soit « entreprise » soit « société ». Cette difficulté n'est donc pas liée à un droit étatique donné. Puisque l'entreprise n'a pas d'existence juridique propre en droit positif, mais que dans le même temps on ne peut contester que ce que le sens commun désigne comme constituant une « entreprise » arrive bien à exister dans cet univers qui semble ne pas vouloir d'elle, il nous faut commencer par comprendre par quels moyens ce que le langage courant désigne par « entreprise » peut arriver à la vie juridique, peut fonctionner dans une société où les rapports sociaux sont pour une large part réglés par le droit. Si l'entreprise n'existe pas en droit, il faut bien qu'elle utilise des supports juridiques reconnus pour fonctionner.

Références bibliographiques

- Agnès M., Le Gall B. M. P. (2006). Toute la fonction commerciale. Imprimerie CHIRAT. France. PP 514.
- Anonyme. (2019). Guide Fiscal de l'investisseur en Algérie juillet 38/60 ministère des finances direction générale des impôts direction des relations publiques et de la communication. 38/60: PP 57.
- Baudequin D. (1979). Connaissance de l'entreprise : rédaction et emploi des documents, ... 136p.
- Bechkir A et Merzouk N. (2008). Comptabilité générale et approfondie. Metidja impression Alger. Maison d'édition page bleues internationales. PP336.
- Bonnet G Jullien C. (2003). Connaissance de l'entreprise. PP127.
- De la robertie C., Latour X. (2015). L'entreprise et la sécurité. Cahiers de la Sécurité et de la justice. n°34 (4): 4-7.
- Biasutti J. P et Braquet L. (2015). Offre, demande et prix l'économie 1. Concepts et mécanismes Vol 7 PP 148.
- Benniou R., Brinis L. (2006). Diversité des exploitations agricoles en région semi-aride Algérienne. *Sècheresse*, vol. 17, n° 3, (2006): 399-406.
- Benniou R. (2008). *Les systèmes de production dans les milieux semi-arides en Algérie: analyse agronomique de leur diversité et des systèmes de culture céréalières dans les Hautes Plaines Sétifiennes*. Thèse de Doctorat, INA-Alger; (2008): PP293.
- Benniou R., Aubry C, (2012). Farm diversity and crop growing practices in semi-arid regions: A case study of the Setif high plains in Algeria. African Journal of agricultural Research Vol. 7(48), pp. 6363-6375, <http://www.academicjournals.org/AJAR>, ISSN 1991-637X.
- Benniou R., Christine Aubry C., Abbes K. (2014). Analyse des itinéraires techniques dans les exploitations agricoles céréalières en milieu semi-aride de l'est algérien. *Revue Agriculture*. 08 (2014) 26 – 37
- Bessaoud O., Tounsi M. (1995). Les stratégies agricoles et agro-alimentaires en Algérie et les défis de l'an 2000. *Options méditerranéennes*, Série B, n° 14, (1995): 101-118.
- Boayakoub, F. (2000) «L'entreprise et le financement bancaire», Casbah Editions PP 123.
- Caillet M . C. (2014). Le droit à l'épreuve de la responsabilité sociétale des entreprises: étude à partir des entreprises transnationales. Thèse de Doctorat en Droit Université de Bordeaux. PP 664.
- Diani a. (2012). Cours technique et économie de l'entreprise. Université Sidi Mohamed Ben Abdellah.Maroc PP 48.
- Fontaine F. (2015). Le marché du travail, un marché en mouvement. Comprendre l'économie. Concepts et mécanismes. Vol 7 PP 148.
- Hammam M. (2011). La comptabilité générale selon le système comptable financier et le normes IFRS TPME 1 édition le savoir Tizi Ouzou.P P 467.
- Idir S et Khaled F. (2016). Financement d'un projet d'investissement agricole: Cas BADR « agence 366 » Aokas. Mémoire *master* université Abderrahmane Mira de Bejaïa. PP111.
- Kaci A. (2008). Cours de gestion des entreprises agricoles_Institut National Agronomique. PP 30.
- Norigeon P. (2010). Cours Les fonctions de l'entreprise. Université France.

- Paillat J-M., Aubry C., Medec J-M. (2002). Une typologie des systèmes de gestion des effluents d'élevage dans les exploitations de l'île de la Réunion. In *séminaire, Modélisation des flux de biomasse et des transferts de fertilité*, Tome I, Montpellier, (2002) : 25 P.
- Pillet M. (2004). Six sigma comment appliquer Éditions d'Organisation. Paris France. PP 500.
- Robé J. P. (2001). L'entreprise oubliée par le droit Séminaire. Vie des Affaires *organisé* grâce aux parrains de l'École de Paris: 1-12.
- Robé J. P(2003). *L'entreprise et le droit* que sais-je ?. maison d'édition PUF .PP 126
- Juillet A. (2015). L'intelligence économique, enjeu de sûreté Cahiers de la Sécurité et de la justice 2015 n°34 (4) 10-15
- Rochat J. D. (2015). Aide conseils!: créer et gérer une entreprise. Editions ENTRAID.PP 319.
- Selmer C. (2006). Toute la fonction Finance. Maison d'édition Dunod. Paris.PP 448.
- Tari M.L et Attari A. (2018). Le processus du financement bancaire de l'exploitation des PME et la notion d'effet de levier financier. Sous l'éclairage de la théorie d'agence. Revue des Economies Financières, Bancaires et de management 6 :25-56.
- Versele. L. (2012). Entreprendre en agriculture & en horticulture. crédit agricoles banque et assurance. BRUXELLES.PP 85.
- Zouiten A. (2015). L'investissement en droit algérien. Thèse de doctorat en sciences université des frères Mentouri Constantine. PP 411.

Adresses et décrets utiles

CNI

Le conseil national de l'investissement est créé auprès du ministre en charge de l'investissement, ce conseil est placé sous l'autorité du chef du gouvernement qui en assure la présidence et ce, en vertu de l'article 18 de l'ordonnance n°01-03 et de l'article 12 du décret exécutif n° 06- 355 du 9 octobre 2006 relatif à sa composition, à son organisation et à son fonctionnement, le CNI se compose d'une palette assez large de ministères de souveraineté et techniques pouvant intervenir dans la chaîne de l'investissement. (www.mdipi.gov.dz).

ANDI

L'Agence Nationale pour le Développement de l'Investissement a pour rôle d'accorder des avantages fiscaux et parafiscaux au profit des investisseurs. www.andi.dz

Banque d'Algérie

La banque d'Algérie a pour mission d'établir les conditions générales dans lesquelles les banques et les établissements financiers algériens et étrangers peuvent être autorisés à se constituer en Algérie et à y opérer. www.bank-of-algeria.dz.

CCIAF

La Chambre de Commerce et d'Industrie Algéro-Française a pour but la mise en relation et le développement des relations commerciales entre les entreprises algériennes et françaises. www.cciarf.org.

CNRC

Le Centre National du Registre de Commerce est dédié à la prise en charge des publications et mutations affectant les commerçants et les fonds de commerce. Organe d'administration et de gestion. www.cnrc.org.dz

Journal officiel d'Algérie

Il publie tous les textes juridiques algériens (lois et décrets, arrêtés...) et d'autres informations officielles. www.joradp.dz.

-Décret exécutif n° 17-100 du 6 Joumada Ethania 1438 correspondant au 5 mars 2017 modifiant et complétant le décret exécutif n° 06-356 du 16 Ramadhan 1427 correspondant au 9 octobre 2006 portant attributions, organisation et fonctionnement de l'Agence nationale de développement de l'investissement.

-Décret exécutif n° 17-101 du 6 Joumada Ethania 1438 correspondant au 5 mars 2017 fixant les listes négatives, les seuils d'éligibilité et les modalités d'application des avantages aux différents types d'investissement.

-Décret exécutif n° 17-102 du 6 Joumada Ethania 1438 correspondant au 5 mars 2017 fixant les modalités d'enregistrement des investissements ainsi que la forme et les effets de l'attestation s.y rapportant.

-Décret exécutif n° 17-103 du 6 Joumada Ethania 1438 correspondant au 5 mars 2017 fixant le montant et les modalités de perception de la redevance pour traitement de dossiers d'investissement.

-Décret exécutif n° 17-104 du 6 Joumada Ethania 1438 correspondant au 5 mars 2017 relatif au suivi des investissements et aux sanctions applicables pour non-respect des obligations et engagements souscrits.

-Décret exécutif n° 17-105 du 6 Joumada Ethania 1438 correspondant au 5 mars 2017 fixant les modalités d'application des avantages supplémentaires d'exploitation accordés aux investissements créant plus de cent (100) emplois.

Décret exécutif n° 17-106 du 6 Joumada Ethania 1438 correspondant au 5 mars 2017 déterminant le contenu du service universel de la poste et des télécommunications, les tarifs qui lui sont appliqués et son mode de financement.

Arrêté du 7 Rabie El Aouel 1438 correspondant au 7 décembre 2016 complétant l'arrêté du 2 Rabie Ethani 1435 correspondant au 2 février 2014 fixant les tarifs d'achat garantis et les conditions de leur application pour l'électricité produite à partir des installations utilisant la filière éolienne.

Arrêté du 7 Rabie El Aouel 1438 correspondant au 7 décembre 2016 complétant l'arrêté du 6 Dhou El Kaâda 1435 correspondant au 1er septembre 2014 fixant les tarifs d'achat garantis et les conditions de leur application pour l'électricité produite à partir des installations utilisant la filière de cogénération.

Sites internet

www.pouruneautrepaq.eu/PAC-2013

www.La documentation/Etats- unis- Fram bill.shtml

www.banque-info.com/fiches-pratiques-bancaires/les-credits-par-signature

www.cnma.dz/index.php/2016/03/27/historique

www.ANSEJ.ORG