

# FORMATION ET ACCOMPAGNEMENT A L'ENTREPRENEURIAT DES JEUNES DIPLOMES EN ALGERIE



Formation des Formateurs  
Alger, 16 - 19 juin 2014

## Environnement et réseautage



# FORMATION ET ACCOMPAGNEMENT A L'ENTREPRENEURIAT DES JEUNES DIPLOMES EN ALGERIE

Environnement et réseautage





## TABLE DES MATIERES

Introduction	7
I .L'environnement de l'entreprise	9
1.Définition de l'environnement de l'entreprise	9
2. Impact du macro-environnement sur l'entreprise	9
a) L'environnement politique	9
b) L'environnement économique	9
c) L'environnement sociaux-culturel	9
d) L'environnement technologique	10
e) L'environnement écologique	10
f) L'environnement législatif	10
II. Réseautage professionnel	10
1.Définition du réseau professionnel	10
2. Type de réseau professionnel	11
a) Réseau professionnel classique (non virtuel)	11
b) Réseau professionnel virtuel	11
3. Construire durablement son réseau	12
a) Premier rendez-vous avec soi-même et son entreprise	12
b) Construire une image forte de son entreprise	13
c) Adhérer à des groupements professionnels	13
d) Participer à des évènements professionnels	13
4. Exploiter efficacement son réseau professionnel dans l'intérêt de son projet	14
III. Cartographie du réseau professionnel en Algérie	14
Conclusion	17
Web graphie	18



## Introduction

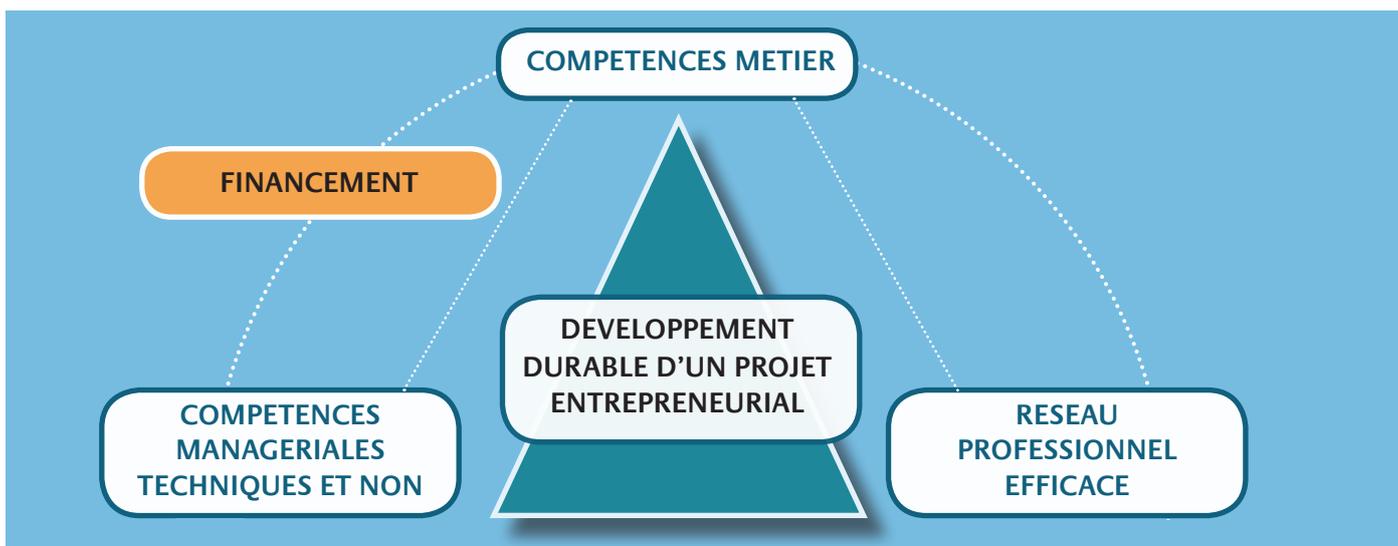
Bien que l'entrepreneuriat soit considéré comme étant un nouveau domaine, celui-ci prend de plus en plus d'importance dans les littératures.

Afin de mieux comprendre son mécanisme, certaines recherches en entrepreneuriat se sont basées sur l'entrepreneur lui-même, sur ses motivations et sur les traits de sa personnalité.

D'autres études ont été menées afin de déterminer les facteurs et les variables liées à l'environnement pouvant influencer l'idée d'entrepreneuriat. Parmi ces facteurs nous pouvons citer ceux en rapport avec l'environnement Politique, Economique, Sociaux-culturel, Technologique, Ecologique et Législatif (environnement PESTEL).

Tous ces facteurs influencent souvent de manière directe ou indirecte l'idée ainsi que la stratégie de mise en œuvre du projet et de son développement.

Bien d'autres études se sont penchées sur l'identification des facteurs clés de succès pour le développement durable d'une entreprise. Ces facteurs peuvent être divers et variés, nous pouvant néanmoins retenir les facteurs piliers pour lesquels cette réussite est étroitement liée, comme l'explique le schéma suivant :



## Triptyque des facteurs clés du développement durable d'un projet entrepreneurial

Selon le triptyque ci-dessus, la réussite d'un projet entrepreneurial ainsi que son développement durable dépend essentiellement de trois facteurs clés :

- **Compétences métier** : Ce sont celles liées à la maîtrise de la chaîne de production du produit ou du service proposés par l'entreprise.
- **Compétences managériale technique et non technique** : Ce sont celles liées à l'équilibre entre le savoir-faire (compétences techniques) et le savoir-être (compétences non techniques) managériale du chef d'entreprise qui induisent la bonne gouvernance.
- **Réseau professionnel efficace** : C'est l'environnement professionnel nécessaire à l'épanouissement pérenne de l'entreprise.

**Remarque** : Le facteur « financement » cité en dehors du triangle, indique qu'il est nécessaire mais non limitatif pour la création d'une entreprise. Le fait de posséder et de maîtriser les trois facteurs qui composent le triptyque, font que même sans avoir un apport financier initial, il est toujours possible d'exploiter les trois facteurs pour trouver un financement autre que son apport personnel. Etant donné l'importance de ces trois facteurs, un manuel sera consacré à chacun d'eux.

Ce manuel qui traitera le facteur « environnement et réseautage » sera développé autour trois parties.

- La première partie, abordera la notion de l'environnement d'une entreprise et son impact sur son évolution.
- La deuxième partie, traitera la notion du réseau professionnel à travers les questions : Comment construire durablement son réseau professionnel ? Et comment l'exploiter de manière stratégique ?
- La troisième partie donnera un aperçu sur les acteurs de la société civile algérienne à fort impact sur la création et le développement d'une entreprise en Algérie.

A la fin de ce module vous serez capable de :

- Identifier dans l'environnement les facteurs et acteurs capables d'influencer positivement votre idée entrepreneuriale.
- Constituer et entretenir votre propre réseau.

# I. L'environnement de l'entreprise

## 1. Définition

L'environnement d'une entreprise est constitué par la composante de son entourage. Celui-ci peut être divisé en 3 niveaux :

- Le **méso-environnement** : il représente le milieu interne de l'entreprise et est composé par l'ensemble des actionnaires, du personnel de l'entreprise, etc.
- Le **microenvironnement** : il représente l'un des milieux externe de l'entreprise et est composé par l'ensemble des partenaires proches de l'entreprise qui peuvent l'influencer directement tel que les clients, fournisseurs, concurrents, etc.
- Le **macro-environnement** : il représente l'autre milieu externe de l'entreprise. C'est également l'entourage le plus loin de celle-ci et qui peut l'influencer de manière indirecte tels que les environnements PESTEL.

L'entreprise doit faire attention à ces trois niveaux d'environnement et doit être toujours à leur écoute (veille informationnelle) et faire ainsi preuve de flexibilité et de réactivité face à leur évolution et changement.

Le chef d'entreprise peut plus facilement agir sur le méso et micro environnement.

Sa capacité à gérer ces deux environnements dépendront essentiellement de ses compétences techniques et non techniques à gérer son entreprise ainsi que ses relations avec les acteurs qui les composent.

Le macro-environnement est plus difficile à gérer et peut avoir un fort impact négatif ou positif de manière directe ou indirecte sur la création et l'évolution d'une entreprise.

## 2. Impact du macro-environnement sur l'entreprise

De manière générale, on considère que ce sont des facteurs qui influencent l'entreprise et sur lesquels celle-ci n'a que peu de pouvoir de négociation ou de changement.

Nous pouvons définir ces facteurs comme suit :

### a) L'environnement politique

Il intervient au niveau national par l'intermédiaire des décisions prises par le gouvernement en place (stabilité gouvernementale, politique fiscale, subventions, etc.) et au niveau international avec les décisions prises par le consensus de plusieurs nations (commerce extérieur politique monétaire, etc.).

### b) L'environnement économique

Il s'agit tout d'abord du système économique dans lequel évolue l'entreprise (système capitaliste ou socialiste par exemple) mais il s'agit surtout de l'évolution des principales variables économiques (cycle économique, évolution des différents indicateurs (PIB, taux de change, etc.), taux d'intérêt, inflation, chômage, revenu disponible, croissance économique, etc.) qui a une incidence sur la politique de l'entreprise (politique d'investissement, délocalisation, etc.).

### c) L'environnement sociaux-culturel

Il est important de s'intéresser aux différentes caractéristiques de la population (démographie, niveau d'éducation, religion, activité dominante, répartition par âge, structure familiale, etc.) comme aux modes et aux tendances qui peuvent influencer la vente des services ou produits.

#### **d) L'environnement technologique**

Dans une situation économique caractérisée par une forte concurrence, les évolutions technologiques se traduisent souvent par la remise en cause des rapports de force entre les entreprises d'un même secteur, puisque son incorporation rapide dans l'entreprise peut lui procurer un avantage compétitif durable ou temporaire (dépenses publiques de recherches et développement (R&D), les réseaux informatiques, les découvertes, vitesse des transferts technologiques, téléphonie, etc.).

#### **e) L'environnement écologique**

Il définit l'ensemble des ressources naturelles qui influencent l'activité de votre entreprise. On distingue deux groupes : les activités qui influencent directement l'activité économique (pénurie des matières premières, coût de l'énergie) et celles qui au contraire la subissent (lois sur la protection de l'environnement, retraitement des déchets, consommation d'énergie, pollution, intervention croissante de l'État dans la protection du patrimoine naturel, etc.).

#### **f) L'environnement législatif**

Il influence et limite les activités des entreprises et des individus d'une société. Deux composantes sont déterminantes pour les entreprises (la propriété industrielle et le droit du travail, législation des domaines d'activités, normes, etc.)

## **II. Réseautage professionnel**

### **1. Définition du réseau professionnel**

Dans le monde professionnel, le terme « réseau » définit un ensemble de personnes qui sont en contact et qui, poursuivant les mêmes objectifs, vont à un moment donné, travailler ensemble. En ne faisant plus cavalier seul, ils pourront atteindre ces objectifs plus facilement. Ces réseaux peuvent être informels ou formels comme les clubs d'entrepreneurs, les groupements d'entreprises, les franchises etc.<sup>1</sup>

Lorsque vous débutez votre activité, vous devez rentrer en contact avec des individus qui pourraient devenir des partenaires. Mais pour que ces individus deviennent vos partenaires, vous devez les convaincre. Cela n'est pas une mince affaire. Pour cette raison, vous devez :

- Bien penser votre projet ;
- Bien l'élaborer et avoir la capacité d'en discuter avec quelqu'un dans n'importe quelle circonstance ;
- Faire passer la flamme qui vous anime à vos interlocuteurs.

L'essentiel ne se limite pas de ce que vous connaissez, mais des gens que vous connaissez et de leur capacité d'influence.

<sup>1</sup> <http://www.apce.com>

## 2. Type de réseau professionnel

### a) Réseau professionnel classique (non virtuel)

Avant l'arrivée d'Internet, l'univers du réseau professionnel avait une délimitation géographique ce qui induisait également une délimitation du nombre de personnes présentes dans nos réseaux professionnels. L'accès à ce réseau pouvait se faire à travers l'adhésion à un club, une association, une fondation, etc. La rencontre avec les personnes se faisait à travers des participations à des événements professionnels (séminaire, colloque, salon) et sociaux (cocktail, dîner, vernissage).

Ce type de rencontre a l'avantage de permettre à un chef d'entreprise d'être directement en contact avec des personnes clés ayant un fort impact sur l'évolution de son entreprise. Le fait d'évoluer dans un réseau professionnel limité géographiquement offre l'avantage de se faire connaître plus facilement par la population professionnelle ciblée.

Ce type de réseau professionnel présente cependant quelques inconvénients tels que :

- Limitation du nombre de personnes dans son portefeuille professionnel ;
- Nécessité d'avoir un budget important dédié à la participation aux événements professionnels ;
- Le temps passé à participer à des événements, réunions et aux activités associatives risque dans le cas d'une mauvaise organisation, d'empiéter sur le temps qui devrait être consacré à la gestion de son entreprise.

### b) Réseau professionnel virtuel

Depuis l'arrivée des nouvelles technologies et plus précisément du Web 2.0, le monde professionnel réel s'est vu élargir vers un monde virtuel sans limite.

Grâce aux réseaux sociaux tout obstacle de développement d'un portefeuille professionnel lié aux barrières géographique, linguistique, culturelle, religieuse ont été surpassés donnant accès à un moindre coût et à n'importe quel moment à un nombre illimité de contacts professionnels.

Le réseau social professionnel se distingue des autres réseaux sociaux existants, par le fait qu'il est entièrement destiné à des fonctions professionnelles. Il existe des réseaux sociaux professionnels sectorisés, par profession.

Les réseaux sociaux tels que LinkedIn, Viadeo, Xing, Facebook, Twitter nous ont fait prendre conscience que le monde est aujourd'hui à portée de mains. Pour les entrepreneurs, ils permettent de réinitialiser des contacts et surtout d'animer une communauté de façon professionnelle.

Il est cependant important de bien connaître toutes les fonctionnalités que peuvent offrir les médias sociaux. En effet au-delà du rôle important que peut avoir les médias sociaux dans le développement du réseau professionnels à travers les réseaux sociaux, ces médias jouent également un rôle important dans la création et le développement d'une entreprise et ce à travers les outils mis très souvent gratuitement à la disposition des porteurs de projets et chefs d'entreprise.

Ces outils sont principalement :

- **Outils de communication** : ils sont très utilisés dans la stratégie et la mise en œuvre du plan marketing et communication. Ils sont également utilisés dans la communication externe et interne de l'entreprise. Exemple : Internet, intranet, réseaux sociaux professionnels, etc.
- **Outils de travail collaboratif** : très utilisés dans le cadre d'un travail d'équipe en interne ou à distance (exemple : travail collaboratif entre équipe composée de personne travaillant dans différente zone géographique), tel que la visioconférence, le partage de document, l'élaboration de document à distance et en temps réel, etc.
- **Outils pour financement** : ils sont communément appelés « Crowdfunding » ou « finance participatif ». Le concept consiste à faire une levée de fond à travers des plateformes spécialisées (tel que la plateforme WISEED) pour créer ou développer son entreprise. Cette levée de fond peut avoir trois formes possibles :
  - Un don également appelé « Donation Crowdfunding ».
  - Un prêt rémunéré (remboursement avec intérêt), également appelé « Credit Crowdfunding ».
  - Une prise de participation au capital, également appelé « Equity Crowdfunding ».
- **Outils de construction de réseaux professionnels** : à travers des réseaux professionnels spécialisés ou généralistes. Ils permettent de construire et de gérer durablement et efficacement son portefeuille professionnel.

### 3. Construire durablement son réseau professionnel

Pour construire durablement et efficacement son portefeuille professionnel, il suffit d'exploiter de manière intelligente et stratégique à la fois les réseaux professionnels classiques (non virtuels) et les réseaux sociaux (virtuels).

L'exploitation de ces réseaux nécessite cependant d'y être bien préparé. Il ne faut jamais perdre de l'esprit qu'il n'est pas possible d'avoir une deuxième première impression. Les premiers pas vers les réseaux professionnels doivent être bien réfléchis et bien préparés.

Pour y être bien préparé, voici quelques recommandations sur comment construire un portefeuille professionnel :

#### a) Premier rendez-vous avec soi-même et son entreprise

- Faire une auto-analyse pour identifier ses points forts et faibles en tant que chef d'entreprises (comment se comporter en public ? quelle attitude avoir ?).
- Utiliser ses points forts pour modifier ses points faibles.
- Bien maîtriser son projet et être capable de le présenter dans n'importe quelle circonstance.

## **b) Construire une image forte de son entreprise: Construire sa e-identité**

- Choisir un ou des réseaux sociaux spécifiques à son projet ;
- Soigner son profil professionnel ainsi que le profil de l'entreprise (photo professionnelle, commentaires) ;
- Choisir stratégiquement ses contacts ;
- Choisir des personnes et sujets pertinents à suivre et faire souvent des commentaires professionnels ;
- Avoir une présence sur le web à travers un site web, un blog, une page professionnelle bien construit (charte graphique, logo, contenu) et toujours mis à jour.

## **c) Adhérer à des groupements professionnels (association, club, chambre de commerce)**

- Identifier et maîtriser le paysage associatif et économique national et international de son secteur d'activité ;
- Faire un choix stratégique d'adhésion à un groupement professionnel et devenir un membre actif ;
- S'organiser pour ne pas passer plus de temps à faire du bénévolat qu'à gérer son entreprise.
- Faire en sorte de toujours protéger ses idées et projets. Le fait d'être un membre actif dans une association ne doit pas vous empêcher d'être très vigilant vis-à-vis de la protection intellectuelle de vos idées et projets.

## **d) Participer à des événements professionnels**

### **Avant l'événement :**

- S'informer quotidiennement du calendrier des événements nationaux et internationaux spécifique à son champ d'activité ;
- Planifier stratégiquement ses participations aux événements ;
- Bien se préparer avant chaque événement : cartes de visite professionnelles en quantité suffisante- bien préparer sa façon de se présenter et de présenter son projet – bien soigner son allure (vêtement, coiffure)- faire si possible des recherches sur le ou les intervenants ainsi que sur le thème;

### **Durant l'événement :**

- S'assurer d'être placé à côté de vos cibles. Les pauses café et déjeuners sont les meilleurs moments où vous pouvez parler de votre projet et d'attirer l'attention de vos cibles ;
- Penser à récupérer un maximum de cartes de visite ;
- Tenter de décrocher un maximum de rendez-vous dans la semaine qui suit l'événement.

### **Après l'événement :**

- Classer ses contacts en fonction des secteurs d'activités ;
- Envoyer des e-mails post-rencontre afin de :
  - Confirmer les coordonnées ;
  - De donner plus d'information concernant son entreprise ;
- Prendre un rendez-vous dans le cas où ce dernier n'aurait pas été pris durant l'événement.
- Envoyer des e-mails périodiquement à l'occasion de lancement d'un nouveau produit, vœux pour des fêtes, etc. La quantité et la périodicité des e-mails devront être bien étudiées pour éviter de devenir des courriers indésirables (spam).

#### 4. Exploiter efficacement son réseau professionnel dans l'intérêt de son projet

Avoir un carnet d'adresse riche et diversifié, c'est bien. Savoir comment judicieusement l'exploiter, c'est mieux !

C'est toujours très facile d'avoir une carte de visite ou de rajouter un contact dans un ou plusieurs réseaux sociaux. Avec le temps il est fort probable de se retrouver avec un nombre inimaginable de contact et de cartes de visites. Si ces contacts ne sont pas bien organisés et bien classés, ils ne seront pour vous d'aucun intérêt.

D'où la nécessité d'organiser et de classer ses contacts au fur et à mesure sans oublier de faire les mises à jours nécessaires. Pour ce faire voici quelques conseils et recommandations pour tirer profit au maximum de son portefeuille professionnel :

- Mettre en place la stratégie de son entreprise et définir ses objectifs ;
- Dresser la liste de ses besoins afin d'atteindre ses objectifs ;
- Identifier les personnes susceptibles de vous aider de manière directe ou indirecte à combler vos besoins ;
- Affecter un rôle à chaque contact par besoin : décideur, prescripteur, facilitateur ;
- Etablir un plan d'action : quoi demander ? à qui ? quand ? comment ?
- Mettre en place une stratégie d'influence et de persuasion ;
- Faire une évaluation après chaque action : corriger, continuer, recommencer.

A noter que ce classement et ces affectations pourront varier et changer en fonction des objectifs et de la nature des besoins.

### III. Cartographie du réseau professionnel en Algérie

En Algérie le paysage professionnel est bien riche et diversifié. Additionné au tissu économique, la société civile est très active et bien développée.

En fonction de la nature de leurs activités et du rôle qu'ils peuvent apporter dans le développement d'un projet, le tableau à la page suivante reprend les organismes patronaux et associatifs les plus connus et les plus actifs en Algérie.

Organisme	Nature de l'activité	Rôle dans le développement d'un projet entrepreneurial
FCE	Patronat regroupant les plus grands chefs d'entreprises en Algérie	Lobbying, prescripteur, facilitateur, clients potentiels
CEIMI	Patronat regroupant les plus grands chefs d'entreprises à Blida	Lobbying, prescripteur, facilitateur, clients potentiels
CARE	Think-Tank algérien regroupant un nombre important de grands chefs d'entreprises en Algérie	Lobbying, prescripteur, facilitateur, clients potentiels, cercle de réflexion autour de thèmes économiques
NAPEO	Association regroupant un grand nombre de grands chefs d'entreprise qui œuvrent pour le développement et la promotion de l'entrepreneuriat en Algérie	Accompagnement à la création d'entreprise, financement, lobbying, prescripteur, facilitateur
REAGE	Association de droit français, créée par la diaspora algérienne en France et qui œuvre pour la promotion de l'investissement et le développement de l'entrepreneuriat en Algérie	Formation à la création d'entreprise, lobbying, prescripteur, facilitateur
AME	Patronat de femmes chefs d'entreprises qui œuvre pour la promotion de l'entrepreneuriat au féminin en Algérie	Formation, accompagnement des femmes à la création d'entreprise, lobbying, prescripteur, facilitateur
SEVE	Patronat de femmes chefs d'entreprises qui œuvre pour la promotion de l'entrepreneuriat au féminin en Algérie	Formation, accompagnement des femmes à la création d'entreprise, lobbying, prescripteur, facilitateur
ALLINOVE	Association de droit français qui œuvre dans le développement de l'entrepreneuriat en Algérie	Accompagnement et formation à la création et développement d'entreprise
ASI	Algerian Satrtup Initiative. Association de droit américain, spécialisée dans le développement de Startup (TIC) en Algérie	Accompagnement à la création d'entreprise dans le secteur des TIC
CJD	Club des Jeunes Dirigeants, qui regroupe des jeunes dirigeants. CJD existe dans plusieurs pays	Formation, facilitateur

Organisme	Nature de l'activité	Rôle dans le développement d'un projet entrepreneurial
<b>INJAZ EL DJAZAIR</b>	Association de promotion de l'entreprenariat au sein des lycées et universités	Accompagnement à la création d'entreprise, financement, facilitateur
<b>AIDA</b>	Association de droit Suisse, regroupant la diaspora professionnelle algérienne dans le monde	Lobbying, prescripteur, facilitateur, clients potentiels
<b>CACI</b>	Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie regroupant les plus grandes entreprises algériennes en Algérie	Formation, mise à niveau, lobbying, prescripteur, facilitateur, clients potentiels
<b>AMCHAM</b>	Chambre de commerce USA/Algérie qui regroupe un grand nombre d'entreprises américaines en Algérie et algérienne aux USA	Lobbying, prescripteur, facilitateur, clients potentiels
<b>AHK</b>	Chambre de commerce Allemande en Algérie qui regroupe un grand nombre d'entreprises allemandes en Algérie et algérienne en Allemagne	Lobbying, prescripteur, facilitateur, clients potentiels, formation
<b>CCSA</b>	Chambre de commerce Suisse / Algérie qui regroupe un grand nombre d'entreprises suisses en Algérie et algérienne en Suisse	Lobbying, prescripteur, facilitateur, clients potentiels, formation
<b>CAF</b>	Chambre de Commerce France/ Algérie	Lobbying, prescripteur, facilitateur, clients potentiels, formation
<b>US-ABC</b>	US Algeria Business Council. Association US/Algérie spécialisée dans les investissements directs (IDE) en Algérie	Lobbying, prescripteur, facilitateur, clients potentiels
<b>ABBC</b>	Algeria British Business Council. Association Angleterre /Algérie spécialisée dans les investissements directs (IDE) en Algérie	Lobbying, prescripteur, facilitateur, clients potentiels, formation
<b>CBA</b>	Casbah Business Angels. Groupe d'investisseurs algériens de l'Algérie et des USA	Investisseur, bayeur de fond

## Conclusion

Avant de se lancer dans un nouveau projet de création d'entreprise ou de lancement d'un nouveau produit, il est primordial de faire l'analyse de l'environnement dans lequel ce projet devra évoluer.

Cette analyse devra aboutir à l'identification des menaces et opportunités de celui-ci.

Cette identification permettra au porteur de projet ou au chef d'entreprise d'élaborer une stratégie efficace et réaliste.

L'environnement spécifique à un projet ou à une entreprise a été élargi depuis l'arrivée du web 2.0. En plus de l'environnement classique au niveau méso, micro et macro, il faudra prendre en considération celui du monde virtuel à travers l'internet.

Partant du principe qu'une entreprise devra se créer et évoluer dans un milieu réel et virtuel, le porteur de projet ou le chef d'entreprise devra également prendre conscience de l'intérêt de construire autour de lui un fort et efficace réseau professionnel. Qu'il soit réel (classique) ou virtuel (réseaux sociaux), ce réseau professionnel devra être construit et exploiter de manière intelligente et stratégique et répondre à des besoins et objectifs en temps réel à une création et au développement d'une entreprise.

**Web graphie :**

<http://www.apce.com> (mai 2014)

<http://www.glossaire-international.com/pages/tous-les-termes/pestel-methode.html> (juin 2014)

<http://www.andlil.com/limpact-des-reseaux-sociaux-sur-les-entreprises-a-t-il-un-role-essentiel-sur-leur-image-165542.html> (juin 2014)

[http://www.francetvinfo.fr/economie/entreprises/pourquoi-les-entreprises-choisissent-de-se-financer-grace-au-crowd-funding\\_571083.html](http://www.francetvinfo.fr/economie/entreprises/pourquoi-les-entreprises-choisissent-de-se-financer-grace-au-crowd-funding_571083.html) (juin 2014)

<http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/56863-tout-ce-que-vous-avez-toujours-voulu-savoir-sur-les-medias-sociaux-sans-jamais-osser-le-demander-guide-social-media-2012.pdf> (juin 2014)

