

Création et démarrage d'entreprises: le concept d'incubateur

Résumé

L'université est censée être un lieu de prédilection pour initier l'esprit d'entreprise. A l'ère de la net-économie et des nouvelles technologies de l'information et de la communication, la création d'entreprise particulièrement high-tech est l'un des défis majeurs, auquel se confronte l'université dans sa mission de transfert de connaissances et de formation de compétences de haut niveau. Ces compétences ne trouvent nullement où s'investir. Face aux vagues de diplômés-chômeurs que déversent chaque année l'université algérienne, il est urgent de soutenir les projets de création d'entreprises.

Il s'avère donc impératif de proposer de nouveaux concepts pour promouvoir une telle création. L'incubateur est un concept clé et un lieu physique qui vient à point nommé pour soutenir la mission de l'université.

L'objet de cet article est d'exposer le concept d'incubateur ; concept lié à la notion d'entreprise émergente particulièrement high-tech. Lieu physique, l'incubateur a pour mission d'héberger les futurs créateurs d'entreprises jusqu'à leur phase de première croissance.

Dr. R. DJERMANE

Département des
Sciences Commerciales
Université Mentouri
Constantine, Algérie

ملخص

يفترض أن تكون الجامعة المكان الرئيسي لزراعة وخلق ثقافة المؤسسة (إنشاء المشاريع والأنشطة التجارية). ويعتبر إنشاء المؤسسات خاصة تلك المتميزة بالتكنولوجيا العالية تحدياً أساسياً في عصر اقتصاد الانترنت والتقنيات الجديدة للمعلومات والاتصالات. وهذا التحدي هو نقل المعلومات وتكوين الكفاءات ذات المستوى العالي وأن هذه الأخيرة تحول دون استغلالها ومن ثمة إهدارها، وأمام كتلة الطلبة المتخرجين سنوياً من الجامعة الجزائرية، يتعين على كل من المنظمات العمومية والخاصة دعم مشاريع خلق المؤسسات، ولهذا يجب أن نقترح مفاهيم جديدة لترقية تلك المبادرة.

L'université algérienne endure une sévère crise : l'absence de projets potentiellement porteurs. Les universitaires se posent la question de savoir quelle est la véritable mission qui leur est dévolue? Pour qui seraient-ils utiles? La société? L'économie?

Les enseignants sont la proie à un véritable désarroi et s'interrogent pour qui et comment former les générations montantes. Aucune trajectoire claire ne semble se dessiner ni pour ces enseignants ni pour leurs étudiants.

Cette crise est générée par plusieurs causes. Elle est transmise en premier chef par des dérèglements des mécanismes de l'économie nationale qui trouve du mal à s'en remettre des séquelles léguées par un style de management sclérosant spécifique à l'économie dirigée. Mais une telle crise est devenue chronique et larvée.

Les multiples tentatives de sortie de crise, menées dans le cadre des politiques

ويعد incubateur مفهوما أساسيا
ومكانا فعالا لدعم مهمة الجامعة.
إن موضوع هذا المقال هو عرض
مفهوم incubateur الذي له علاقة
بالمؤسسة الناشئة وبخاصة تلك المتميزة
بالتجديد. فمن مهام incubateur منح
إقامة للمشاريع الجديدة حتى مرحلة نمو
المؤسسة.

macroéconomiques (restructuration, ajustements structurels, politique de revalorisation des hydrocarbures, remise en cause des structures monopolistiques, appels aux investisseurs étrangers...) ne peuvent aboutir sans la remise en cause profonde des concepts longtemps pervertis au premier chef celui d'entreprise et de marché.

Quelle que soit la volonté des gouvernements qui se succèdent pour jeter les ponts d'une transition vers l'économie de marché, les performances malencontreuses constatées traduisent une mauvaise assimilation des concepts de marché et en premier chef celui d'entreprise. En dépit de promesses émanant des décideurs politiques ainsi que des organisations publiques qu'ils soutiennent dans le but de réhabiliter et de promouvoir l'entreprise, la résistance au changement demeure tenace tant la culture de nouveaux concepts, se confronte à des comportements de blocage de toute nature (économique, financière, sociologique, psychologique, politique,...).

Tout le monde semble enfin convaincu de la faillite de l'entreprise « publique » industrielle de grande taille. Désormais, la notion d'industries « industrialisantes » prônée par G. de Bernis, naguère fer de lance, interprétée à tort ou à raison par ses ardents partisans et qui justifiait la course aux grands projets, aux grands complexes industriels, est jetée aux orties.

Fallait-il attendre que les performances désastreuses (de véritables fiasco économiques et financiers,...) des grands monopoles publics, deviennent insupportables pour se rendre à l'évidence de la pertinence de l'entreprise privée de petite taille qui est le véritable poumon de toute économie.

Comment prétendre transiter vers l'économie de marché tant que les énergies créatrices individuelles ne sont pas libérées ? S'il fallait se débarrasser de la résistance aux changements (bureaucratie tentaculaire, lenteurs administrative, gaspillage des ressources humaines particulièrement les compétences potentielles ou existantes, barrières à l'entrée et à la sortie,...), il est temps de réhabiliter l'entreprise notamment high-tech puisque la net économie nous l'impose.

Avant de présenter le concept d'incubateur, il convient au préalable de montrer le type d'entreprise que le programme d'assistance cible et pourquoi.

I. 1- Vertus de l'entreprise de petite taille¹

La création de valeur est la vocation première de l'entreprise. Un management efficace permet à l'entreprise la réalisation de performances micro et macroéconomiques contribuant notamment à atténuer le poids du chômage.

¹ La taille de l'entreprise se définit par un certain nombre de critères qui sont généralement l'importance et la structure du capital, le nombre de travailleurs, le nombre d'installations, le chiffre d'affaires...

Le bureau américain des normes de taille de la SBA (Small Business Administration) considère la petite entreprise celle où le nombre d'employés ne dépasse pas 500. Selon la SBA 94% des petites entreprises sont considérées comme des PME.

Les petites entreprises constitueraient un véritable poumon de l'économie américaine². Elles représenteraient 99% de l'ensemble de tous les employeurs et seraient responsables de 75 % des nouveaux emplois chaque année.

Selon la Small Business Administration basée à Houston (Texas, EU), 38 % des employés du secteur privé de la High-tech travaillent dans les petites entreprises qui contribuent pour 51 % de la production nationale. Une telle contribution explique dans une large mesure, l'engouement des institutions économiques américaines envers cette catégorie d'entreprises. De nombreux programmes officiels de soutien sont destinés à favoriser la création de telles entreprises.

Les avis confirmés par le magazine Fortune 500 sont formels : alors que les plus grandes entreprises réduisent leurs effectifs, la plupart des emplois sont créés par les nouvelles entreprises émergentes, petites ou moyennes³.

Les entreprises de petite taille particulièrement celles qui bénéficient de soutiens publics ou privés sont un facteur-clé de la promotion de l'emploi. De plus, la plupart de nouvelles technologies sont initialement introduites sur le marché par de petites compagnies privées⁴. Elles sont donc un facteur clé du développement local voire national.⁵

I.2- La création d'entreprise : théorie et pratique

L'université est un réservoir d'idées et de créateurs potentiels de projets particulièrement high-tech. Etudiants et chercheurs sont censés être les entrepreneurs de demain.

Certes, la réussite d'un projet n'est pas automatiquement liée au diplôme. Néanmoins une formation notamment en management augmente les chances de succès dans les affaires.⁶ C'est là où réside l'avantage pour les universitaires qui doivent exploiter et mettre à profit leurs connaissances dans la pratique des affaires.

Mais il ne suffit pas de se fier trop aux seules connaissances théoriques acquises pour se lancer dans le monde des affaires. Les entrepreneurs célèbres (au sens de Schumpeter) ont toujours été des fonceurs ambitieux qui ne craignent pas les risques, qui sont courageux, héroïques et innovateurs. Les entrepreneurs ont été toujours les véhicules par excellence des grands changements (du business, de l'organisation,...). Mais l'innovation et la création d'entreprise ne sont pas des affaires simples : elles relèvent d'un défi majeur.

I.3- La création d'entreprises : un défi majeur

La nature et les causes de la formation de la richesse des entrepreneurs et des nations passent par l'entreprise. Mais la création d'entreprise n'est pas une mince

² D. Azziz, Le Secteur de la PMI / PMI, catalyseur du Développement, le Poumon de l'Economie américaine, El watan.

³ The Entrepreneur, Donald H. Jones Center for Entrepreneurship, Carnegie Mellon, Summer 2001.

⁴ Jhon R. Thorne, Key Points for Entrepreneurship Development, Donald, H. Jones Center for Entrepreneurship, Carnegie Mellon University.

⁵ ESCP Conseil, Les Pépinières d'Entreprise, Junior Entreprise ESC, Paris, 1993.

⁶ R. Rappaport, Expérience d'un universitaire millionnaire : le rôle déterminant du management dans le business, Conférence à Virginia-Tech, juillet 2001.

affaire. Si une telle création relève d'un projet passionnant, l'entrepreneur doit se confronter souvent à une multitude de contraintes de toute nature (économique, financière, légale, institutionnelle,...). La voie vers le succès est la plupart du temps, escarpée et le maintien dans les affaires requiert une vigilance permanente. La recherche du profit, objectif ultime classique de l'entrepreneur se résume en fait à la volonté de se maintenir dans les affaires.

Si la création d'entreprise émane souvent d'une idée simple, Il importe tout d'abord que l'entrepreneur parte d'une idée commercialement porteuse. Or, quand bien même une telle idée est potentiellement fructueuse, les jeunes créateurs potentiels hésitent de se lancer dans un projet qu'il juge fort hasardeux de crainte de risques d'échec. En effet, les contraintes sont tellement nombreuses que rares sont les entrepreneurs qui se décident de se lancer dans ce qu'il jugent être une sorte d'aventure.

Au démarrage, le projet de création d'entreprise comporte une multitude de risques inhérents à toute activité nouvelle. Dans sa phase préliminaire, cette création nécessite des capitaux plus ou moins importants alors que le créateur ne dispose pas de fonds propres nécessaires au lancement de son affaire.

Inconnu des milieux des affaires et financiers, le jeune entrepreneur n'offre aucune garantie aux fournisseurs de capitaux. De plus, si au démarrage les mises initiales de l'entreprise en création paraissent relativement faibles, les appels de fonds seront nettement plus significatifs au moment de sa phase de décollage puis d'expansion.

Les investisseurs financiers ou industriels (banques, associés, capital-risque,...) potentiels sont contraints d'effectuer un pari risqué car s'ils sont certains de la mise, ils le sont beaucoup moins quant à la rentabilité futurs des fonds investis surtout en période de crise.

Pour les sceptiques, la mise en œuvre du projet relève d'un véritable cauchemar. La viabilité du projet reste à démontrer, le management « novice » n'a pas encore fait ses preuves (manque d'expérience en organisation, stratégie, relations avec l'environnement...), le staff n'est pas rodé, les besoins en financement sont peu prévisibles, les rémunérations espérées sont lointaines.

II. 1- Pourquoi l'incubateur d'entreprises?

Si la plupart des jeunes entrepreneurs sont handicapés par des obstacles de toute nature, il importe de trouver des moyens capables de les motiver pour mettre en œuvre leurs idées une fois démontrées qu'elles sont potentiellement porteuses. Les idées qu'ils couvent des années durant, risquent de ne jamais se concrétiser en un projet fructueux (produit, service, organisation,...) faute de moyens disponibles à investir.

Les jeunes créateurs s'estiment peu crédibles au démarrage de leur projet particulièrement vis-à-vis des investisseurs potentiels. En effet, inconnus des milieux d'affaires, ils sont obligés de consacrer beaucoup de temps à la recherche des fonds nécessaires au lancement de leur affaire et à se positionner sur les créneaux choisis créneaux. Mais ils risquent de perdre davantage de temps s'ils ne disposent pas d'un minimum de connaissances en management.

Ils ont besoin de conseils pour faire fructifier les capitaux mis à leur disposition, pour négocier avec les partenaires stratégiques et vendre leurs idées à l'industrie.

L'incubateur intervient alors en offrant les services et les compétences adaptées pour lever de telles contraintes.

II.2- L'incubateur : Un programme ambitieux de soutien aux entreprises émergentes⁷

Le concept d'incubateur devient de plus en plus lié aux technologies nouvelles de l'Internet et il est adapté de parler plutôt de webubateur (econet).⁸

La nouvelle économie rénove les concepts et il convient désormais de se référer aux notions virtuelles telles l'e-compagnie, e-business, e-clients,... ; notions liées aux nouvelles technologies de l'information et de la communication.⁹

Le projet Incubateur d'entreprise et des affaires (connu plus par le vocable anglo-saxon : business incubator) s'offre comme un ambitieux programme destiné à donner l'impulsion nécessaire particulièrement aux jeunes créateurs d'entreprises couvrant une idée commercialement porteuse mais qui risquent vite de se décourager faute de moyens économiques, financiers et humains face à un environnement hostile donc démotivant¹⁰.

Si le jeune créateur qui souhaite lancer sa propre entreprise, est fier de devenir son propre patron, il est souvent découragé face au manque de moyens et de connaissances notamment en management.

L'une des principales missions de l'incubateur consiste justement à palier un tel déficit. L'incubateur revêt les caractéristiques d'un pôle multidisciplinaire qui réunit les compétences de haut niveau, capables d'apporter les solutions nécessaires aux problèmes auxquels se confronte le jeune créateur d'entreprise.

L'incubateur s'offre comme un lieu d'hébergement qui accueille les entreprises en phase de démarrage (start ups), dites clientes. Celles-ci se voient offrir un réseau de ressources partagées en commun, accompagné d'un soutien en management (business, techniques comptables, art d l'organisation, administration, marketing, commerce,...), fourni par un ensemble d'experts, de praticiens et d'universitaires délégués par le top management de l'incubateur.

III. 3- L'essaimage de l'incubateur à travers le monde

Le concept d'incubateur (approche académique et lieu physique) ne cesse pas de se propager à travers le monde. Né aux Etats-Unis à la fin des années soixante dix, il n'envahit l'Europe qu'à la fin des années quatre vingt revêtant au gré des initiateurs des dénominations diverses (pépinières, parcs technologiques,...).

En Europe, notamment en France, la notion de pépinières d'entreprises s'apparente à celle d'incubateur.¹¹ La pépinière apparaît comme une sorte de maternité pour les jeunes créateurs qui bénéficient durant une période donnée (deux à trois années) d'offres de services partagés, de conseils et de suivi pour les aider à démarrer et à

⁷ Redd Herring, Un Nouvel animal industriel vient d'apparaître : l'Econet, la Nouvelle Economie, l'Entreprise, 2^e Cahier, n°177, juin 2000.

Certains incubateurs Internet se transforment peu à peu en réseaux d'entreprises- economic network, ou econet. Ceux-ci pourraient bien devenir les conglomérats du XXI^e siècle.

⁸ Un Nouvel Animal industriel vient d'apparaître :l'Econet, l'Entreprise, juin 2000.

⁹ Un Nouvel Animal industriel vient d'apparaître :l'Econet, l'Entreprise, juin 2000.

¹⁰ Bet Panitz, Hatching successful Businesses, ASEE Prim, University of Maryland, January 1998.

¹¹ Cf . l'incubateur de Toulon.

développer leurs projets. Les pépinières de projets accueillent les créateurs potentiels, les pépinières d'entreprises accueillent les entreprises émergentes (création effective). Les pépinières de produits offrent des services directement ou des produits nouveaux qui font appel à des techniques nouvelles..

En France, les premières pépinières apparaissent sur l'initiative des collectivités locales qui souhaitent soutenir le démarrage des petites entreprises. Leur finalité est de développer le tissu économique local en favorisant la création et l'implantation de nouvelles entreprises. Mais leur objectif prioritaire est de tenter de les pérenniser en mettant à leur disposition un dispositif très complet de conseils et d'accompagnement.

En Espagne, une distinction est faite entre les parcs technologiques et les pépinières qui s'y intègrent parfois et n'en constituent donc qu'une partie. Les parcs attirent de nombreuses entreprises et créent de nombreux emplois.

Les pépinières accueillent les candidats détenteurs d'idées, analysent et diagnostiquent les projets, recherchent les partenaires opérationnels et financiers, informent, animent, hébergent, fournissent les services administratifs et de conseil, font connaître les futurs entrepreneurs auprès des pouvoirs locaux et essaient les entreprises émergentes dans le tissu économique régional.

Somme toute, l'incubateur d'entreprises et des affaires a pour principale mission:

- d'assister les jeunes créateurs d'entreprises émergentes, porteurs d'une idée commercialement porteuse;
- de fournir les conseils en management (techniques de gestion, commerciales, organisation, administration...) aux entreprises en développement voire celles ayant atteint la phase de maturité;
- de cultiver l'esprit d'entreprise auprès des étudiants ainsi que des enseignants toutes disciplines confondues notamment en informatique (développement de logiciels,...) en sciences économiques, en gestion et commerce;
- de promouvoir la création d'emplois et la dynamique de développement économique à l'échelle régionale voire nationale;

II. 4- Caractéristiques de l'Incubateur: un pivot de réseaux entre acteurs

L'université est censée être un lieu de prédilection du concept et devenir une sorte "d'incubpôle" dans le sens où il ne s'agit pas seulement d'incuber des entreprises, des affaires mais aussi des idées du changement et de l'innovation. La vocation première de l'université n'est-elle pas de cultiver l'esprit d'entreprise chez les étudiants notamment des filières de gestion, de commerce et des sciences économiques.

Dans cette perspective, l'Incubateur deviendrait l'interface privilégiée entre l'université et les entreprises (les organisations) publiques et privées. Mais il est crucial qu'il joue surtout le rôle de pivot animateur de réseaux entre l'ensemble des acteurs concernés (investisseurs privés et publics, chambres de commerce, collectivités locales,...). Certaines tentatives, certes timides sont menées au sein de notre université en vue d'établir de tels liens dans le cadre de notre projet Incubateur.

II. 5- Offres (services et compétences) de l'incubateur

Afin de répondre à l'ensemble des besoins exprimés par les entreprises hébergées, l'incubateur doit-être pourvu en moyens et compétences nécessaires pour satisfaire l'ensemble de sa clientèle.

Les entreprises hébergées ou clientes peuvent trouver auprès de l'Incubateur établi au sein de l'université :

- un soutien qui aidera le jeune créateur d'entreprise à trouver une part substantielle des fonds nécessaires au financement du projet (capital risque,...) ;
- une aide à la confection du business plan (ou business model);
- des espaces (laboratoires, bureaux équipés,...);
- un accès aux supports de communication (accès Internet, e-mail, bibliothèques, salles d'informatiques,...)
- une assistance comptable et juridique;
- un bureau chargé de la protection de la propriété intellectuelle (copy right, brevet, licences) ;
- des conseils en management, organisation, administration, marketing, commerce international;
- la possibilité de développer des relations avec les investisseurs publics et privés ;
- la possibilité de développer des relations avec l'environnement de l'entreprise en général ;
- un partenariat (joint venture, associations, apports de capitaux);
- un secrétariat et des équipements de bureaux;
- des lieux de rencontres scientifiques (auditorium, salles de conférence,...).

Ainsi, l'incubateur apparaît comme un lieu d'hébergement doté de ressources partagées, destiné à donner le premier élan aux jeunes créateurs d'entreprises qui sont démunis au départ de moyens élémentaires nécessaires au démarrage de leurs affaires. Un tel lieu est aussi un forum de débats où ces jeunes ont la possibilité de soumettre et de confronter leurs idées pour faire valoir la fiabilité de leurs projets.

Ainsi, l'incubateur fournit le soutien et l'orientation adéquate pour les guider au cours de leur phase de démarrage qui peut durer jusqu'à trois ans. En effet, l'incubation ne peut durer le temps que dure l'entreprises afin d'éviter que le support dynamique mais temporaire fourni par l'incubateur ne se substitue en une assistance perpétuelle.

II. 6- Avantages du projet Incubateur hébergé au sein des universités en Algérie

Aucun incubateur au sens décrit plus haut n'existe en Algérie. Certes, des organisations comme l'ANSEJ (Agence nationale pour l'emploi des Jeunes) prétendent jouer un rôle d'assistance publique destinée en vue d'appuyer certains projets présentés par les jeunes. Certes, un tel appui a contribué à l'essaimage de nombreuses entreprises de petite taille mais peu porteuses, peu créatrices d'emplois stables mais surtout non innovantes.

Si au début certains projets ont pu démarrer, de nombreuses tentatives de soumission de projets par les jeunes n'ont pas pu trouver d'écho favorable à cause notamment du caractère bureaucratique et ségrégationniste dans la gestion des candidatures particulièrement au niveau des banques. Les déceptions qu'ont engendrées ces dernières aussi bien auprès de nombreux candidats que de l'opinion publique, plaident pour l'instauration d'autres supports pour la création des entreprises.

L'Agence nationale de Valorisation des résultats de la Recherche et du Développement technologique devait être mise sur pieds en 2002. Elle sera chargée

notamment d'identifier et de sélectionner les résultats de la recherche à valoriser en vue de promouvoir l'innovation technologiques, de développer et de promouvoir la coopération et les échanges entre le secteur de la recherche et les secteurs utilisateurs pour assurer la valorisation et le transfert des technologies et des connaissances nouvelles notamment en direction des PME/PMI, d'encourager et de soutenir toute initiative visant à développer la technologie et à introduire des actions des innovations.¹²

L'incubateur se présente comme la structure idéale destinée à remplir une telle mission.

II. 7- L'appui logistique de l'incubateur

L'incubateur doit disposer d'une logistique et de ressources aussi bien humaines que matérielles adaptées à l'envergure de sa mission (capital humain, management, laboratoires équipés,...). L'ensemble des moyens nécessaires doit-être mis à la disposition de l'Incubateur aussi bien par le top management des universités que par les sponsors ou les mentors susceptibles de soutenir le projet (management des incubateurs établis à l'étranger, alumni, businessmen, ministères, ...).

Néanmoins, de tels moyens sont nécessaires pendant la première phase de démarrage mais nullement suffisants à moyen et long terme lorsque l'Incubateur amorcera sa phase d'expansion.

Au fur et à mesure que la culture du concept se diffuse, l'incubateur sera appelé à s'accroître ce qui exigera une véritable armada de moyens humains et matériels capables de rassembler et de gérer les compétences toutes disciplines confondues ayant des liens avec les entreprises: informatique, gestion, commerce international, économie, finances, fiscalité, marketing, organisation, administration, comptabilités, audits, contrôle, droit économique, psychologie, relations avec l'environnement le plus complexe,...

Les moyens d'appui potentiels pour soutenir l'incubateur ne manquent pas. Paradoxalement, ils sont gérés de façon irrationnelle. Les universités en Algérie dispose de moyens potentiels, la plupart mal exploitées. La bureaucratie improductive occupe de larges espaces et dispose de ressources mal réparties sans commune mesure avec les missions dévolues. Les salles de réseaux Informatique et Internet, les facultés de même que les équipes de recherches dont le projet est parvenu à terme, disposent d'un nombre impressionnant de micro-ordinateurs qui demeurent la plupart du temps oisifs jusqu'à la phase de déclin. La temps d'oisiveté s'étend sur plusieurs mois particulièrement de juin à octobre sans tenir compte des journées de week-ends et des périodes de vacances universitaires (environ un mois).

Ce temps "mort" peut-être exploité de façon rentable par l'incubateur qui veillera à le rentabiliser de la meilleure façon possible en le louant par exemple aux entreprises clientes qu'il hébergera. Ainsi, avant leur obsolescence, les machines trouveront les utilisateurs qui ne peuvent pas, eu égard à leur budget se permettre de les obtenir individuellement aux prix en vigueur sur les marchés.

¹² Journal officiel, Création, Organisation et Fonctionnement de l'Agence nationale de Valorisation des Résultats de la Recherche et du Développement scientifique ; 3 mai 1998.

II. 8- Le sponsoring de l'incubateur

L'incubateur peut aussi bien revêtir le caractère d'une organisation privée à but lucratif que d'une organisation académique associant les autorités publiques régionales ou nationales.

L'incubateur en phase de démarrage étant lui-même une entreprise en création, devra s'attacher à être une organisation indépendante de toute tutelle qui s'immiscerait dans la gestion de ses projets. Ce qui n'est possible que si des sponsors (fondations, investisseurs, organisations nationales et internationales,...) convaincus de la portée du projet le soutiennent.

En France, le sponsoring émane d'initiatives locales comme celles des communes, des départements, des régions, des chambres de commerce. Les grandes entreprises généralement privées pour leur part, interviennent certes pour une plus faible part mais elles contribuent à rendre ainsi plus efficace l'essaimage des compagnies de petites taille.

Au niveau national, dans le cadre de la politique d'aménagement du territoire, ces dernières sont l'objet d'un grand favoritisme de la part des pouvoirs publics (DATAR,...). L'Union européenne participe également au développement des petites entreprises en équipant les régions d'infrastructures communes pour accompagner les jeunes entrepreneurs.

CONCLUSION

Notre conception d'incubateur tire ses fondements de l'entreprise créatrice de valeurs. La mission de l'incubateur sera, à quelques variantes près (sous réserve d'adaptation à l'environnement local), semblable à celle dévolue aux incubateurs existant aux Etats-Unis et ce, en dépit de l'hostilité de l'environnement et de la résistance aux changements.

Le projet Incubateur d'entreprises est un projet de longue haleine. L'université est un lieu de prédilection pour la réussite d'un tel projet. Il est urgent de mettre en œuvre tous les moyens nécessaires pour assurer le bon démarrage d'un tel projet.

Dans le but d'attirer le maximum de clientèle, un marketing agressif devra être mené pour convaincre les cibles potentielles (décideurs politiques, investisseurs, sponsors, fondations,...) du bien fondé de la mission du concept d'incubateur.

Contrairement aux autres projets de type académique qui absorbent les ressources sans contrepartie monétaire aucune, le projet Incubateur générera à moyen et long terme des ressources propres qui lui seront versées (rémunérations des services plus une proportion du chiffre d'affaires, prélèvements de royalties dérivant de la protection intellectuelle, des brevets, patents...) par les entreprises émergentes une fois la phase d'expansion entamée. Ainsi, l'incubateur sera capable de s'autofinancer et fonctionnera comme une organisation à but lucratif.

Ce projet rehaussera le prestige de l'université et contribuera à redonner et à rehausser son image de marque aussi bien au niveau national qu'au niveau international dans un contexte de crise d'emploi et d'absence de projets d'entreprendre. En cas de performances satisfaisantes, des organisations publiques et privées sont prêtes à soutenir la mission d'un tel projet.

Le concept incubateur se diffuse partout dans le monde. L'université algérienne doit amorcer le pas pour appréhender à sa juste valeur un tel concept et lancer un concept

avant que celui-ci ne devienne vieillot et revêche. Un nouveau concept celui d'accélérateur se développe aux Etats-Unis notamment à Virginia-Tech et nous avons eu la rare occasion d'en débattre la portée avec les concepteurs de cette université ainsi que des professeurs de Carnegie Mellon. L'accélérateur serait en quelque sorte un incubateur high-speed. La nouvelle économie nous offre quant à elle le concept de webubateur.

Bibliographie

1. R. Papin, "La Création d'entreprise", Encyclopédie de Gestion, tome II, pp.641-665, 1991.
2. S. Samut, "Comment aider les Entreprises jeunes", *Revue française de Gestion*, pp.28-41, novembre-décembre 1998.
3. P.A. Julien, & M. Marchesnay, "La petite Entreprise", Vuibert, 1988.
4. M. Marchesnay, "La petite Entreprise, Espace de Transaction", *Connexions*, n°54, 1989.
5. G. Pachet, "La Firme, du site au réseau ?", Communication au Colloque ADFI de Barcelone, 24-25 avril 1988.
6. J. Szarka, "Networking and Small Firms", *International Small Business Journal*, Vol.VIII, n°2, p.10-22, 1994.
7. R. Papin, "Stratégie pour la Création d'Entreprise", 3^{ème} Edition Paris, Dunod, 1988.
8. ANCE, "Créer ou reprendre une Entreprise", Paris, Les Editions d'Organisation, 1986.
9. P. Caspar, J.R. Grinda, S. Viallet, "Créez-vous même votre Entreprise. Pourquoi ?
10. Comment ?", Paris, les Editions d'Organisation, 1987.
11. Créez, Guide pratique de la création d'Entreprise, Journal Créez, 1987.
12. P. Gorre, "Guide du Créateur d'Entreprise", Paris, Chotard, 1986.
13. F. Saclin, "Le Guide de la Création d'Entreprise", Paris, Nathan, 1983.
14. ECP Conseil, Les Pépinières en France, Junior Entreprise, ESC, Paris, 1993.
15. L'Entreprise, Se Mettre à son Compte, Guide pratique du Créateur, Dossier spécial mars 2000.
16. Journal Officiel, Création, Organisation et Fonctionnement de l'Agence nationale de Valorisation des Résultats de la Recherche et du Développement scientifique, 3 mai 1998. □