

***Méthode d'évaluation du service technique en utilisant
la matrice SWOT (Etude d'un cas : la CRMA de Msila)***

***Technical service evaluation method using SWOT matrix
Case study: the CRMA of Msila***

BERRABEH Dalal ^{1*}

¹ University of M'sila, (Algérie), dalal.berrabeh@univ-msila.dz

Date de réception: 01/10/2025 Date d'acceptation: 30/11/2025 date de publication: 25/12/2025

Résumé:

Nous avons essayer, d'après cette fiche de recherche, de mettre sous lumière l'évaluation du service technique en utilisant la matrice SWOT au niveau de la CRMA de M'sila, nous l'avons divisé en deux sections, nous avons traité dans la première section un aperçu générale sur la méthode d'analyse SWOT, tandis que dans la deuxième section nous avons procédé à projection de la Méthode SWOT sur le service technique de la CRMA de M'sila.

Mots clés: évaluation, service technique, SWOT, CRMA.

Jel Classification Codes: L1, Q140.

Abstract:

We have tried, according to this research sheet, to highlight the evaluation of the technical service using the SWOT matrix at the CRMA of M'sila, we have divided it into two sections, we have treated in the first section an overview of the SWOT analysis, while in the second section we have proceeded to projection of the SWOT Method on the technical service of the CRMA of M'sila.

Keywords: assessment, technical service, SWOT, CRMA.

Jel Classification Codes: L1, Q140.

***Corresponding author: BERRABEH Dalal**

1. Introduction:

L'un des défis potentiels majeurs pour assurer la continuité des sociétés, est l'amélioration continue de la gestion stratégique de cette dernière, qui est considéré comme une démarche systématique pour une bonne planification.

L'analyse SWOT (ou FFOM en français) est l'une des outils utiliser pour bien comprendre et faciliter les prises de décisions.

En pose la problématique essentiel de l'étude et comme suit :

- Comment procéder à l'évaluation du service technique en utilisant la matrice SWOT ?

Pour répondre au problématique, nous posons les sous-questions suivantes :

- Que signifie la matrice SWOT ? et quelle est son importance ?
- Comment utiliser la méthode d'analyse par la matrice SWOT ?
- La compagnie d'assurance CRMA est-elle exposée aux différents obstacles intérieurs ou extérieurs ?

Hypothèses d'étude :

Pour répondre au problématique essentiel, un ensemble d'hypothèses ont été avancées :

- L'analyse SWOT stratégique est un processus continu visant à atteindre un équilibre dynamique entre une entreprise et son environnement concurrentiel.
- L'analyse stratégique SWOT permet à l'organisation de mieux comprendre son environnement interne et externe et de déterminer les meilleures façons de réagir aux changements rapides et les exploiter pour atteindre les meilleures performances.
- La compagnie d'assurance CRMA est exposée aux différents obstacles intérieurs ou extérieurs, comme les autres entreprises dans le domaine.

Méthodologie d'étude:

Pour couvrir les différents aspects de l'étude, nous avons utilisé la méthode descriptive-analytique. L'objectif est d'assurer la cohérence des données de notre étude en collectant et en analysant des

informations spécifiques à celle-ci et en les replaçant dans leur contexte approprié. Outre notre recours à la méthodologie d'étude de cas CRMA.

Études antérieures:

- **Une étude de Katy Mullins** intitulée (**Analyse SWOT de Walgreens**) **sur le marché pharmaceutique concurrentiel**, le chercheur a cherché, à travers ses recherches, à diagnostiquer la pharmacie (Walgreens) et identifier ses forces, ses faiblesses, ses opportunités et ses menaces, puis a présenté les recommandations suivantes :

- ✓ Walgreens devrait se concentrer sur ce qui la distingue de ses concurrents, notamment la commodité offerte à ses clients, et s'efforcer d'exploiter au mieux cet avantage. Elle peut le renforcer de plusieurs manières, par exemple en repensant l'aménagement de ses magasins afin de répondre aux besoins des clients souhaitant entrer et sortir rapidement.
- ✓ Améliorer les conditions, notamment pour les clients venant de l'étranger qui souhaitent que leur voyage soit le plus rapide possible.
- ✓ Réduire la gamme de produits pour permettre aux clients d'identifier plus facilement les articles essentiels dans les différentes catégories, sans être distraits par un stock excédentaire.
- ✓ L'aménagement d'une salle d'attente confortable constituera également un avantage supplémentaire pour les clients de pharmacie, et cela permettra d'augmenter les achats en développant une stratégie promotionnelle pour les supports et en présentant les articles plus près de cette zone.

- Un article de Sharīf bqh wfāyẓh mħlb, intitulé (Ta'thīr al-Taħlīl al-bī'ī ka-ālīyah min ālīyāt al-Yaqẓah al-Istīrātījīyah fī binā' almyẓh al-tanāfusīyah lil-mu'assasah al-iqtisādīyah (dirāsah maydānīyah li-majmū'ah min al-mu'assasāt al-ṣaghīrah wa-al-mutawassīṭah bwlāyty Burj Bū'arīrīj wstīyf), paru dans la Revue algérienne de développement économique, numéro 02 juin 2015, s'intéresse à l'impact de l'analyse environnementale sur la construction et le développement de l'avantage concurrentiel des institutions économiques. Pour ce faire, l'étude définit la nature de l'analyse environnementale, son importance et les facteurs qui l'influencent. Elle conclut que l'analyse environnementale au sein des

PME a un impact sur leurs avantages concurrentiels, notamment l'analyse interne, qui joue un rôle déterminant dans la construction et le développement de cet avantage. Quand à l'analyse externe, son impact demeure faible, en particulier face à l'évolution rapide et complexe de l'environnement. Par conséquent, les institutions étudiées doivent rester vigilantes face à ces changements.

L'importance de l'étude :

L'importance de la recherche découle de l'importance de l'analyse stratégique SWOT et du rôle qu'elle joue dans l'organisation en aidant l'organisation à identifier les opportunités et les menaces présentes dans l'environnement externe, ainsi qu'en l'aidant à connaître ses forces et à identifier ses faiblesses afin qu'elle puisse y faire face dans un environnement de changement, de croissance et de développement rapides.

Nous avons partagé notre travail de recherche en deux sections :

1- Un aperçu de l'analyse SWOT

2- Méthode d'analyse par la matrice SWOT

2. Un aperçu de l'analyse SWOT

2.1 Définition de l'analyse SWOT : L'analyse SWOT ou matrice SWOT, est un acronyme découler de l'anglais : pour Strengths (forces), Weaknesses (faiblesses), Opportunities (opportunités), Threats (menaces) (**Ṭalāl aljjāwy, wa al-Sulṭānī Sakanat, 2013, p. 07**). Semblable en français est donné par : analyse MOFF «Menaces, Opportunités, Forces, Faiblesses » ou analyse AFOM «Atouts, Faiblesses, Opportunités, Menaces» ou encore analyse FFOM « Forces Faiblesses Opportunités Menaces»

Le mot SWOT est un outil fréquemment utilisé par les analystes (consultants du domaine économiques, ou financiers) car il répond a plusieurs usages (**Abdellaoui & Noureddine, novembre 2011, p. 06**):

- Un état de l'existant : une situation, un environnement.
- Le diagnostic d'une dynamique opérationnelle : un processus, un projet.

- L'évaluation d'une volonté et de ses effets : une politique, une stratégie.

L'outil SWOT est également apprécié et exigé par les décideurs dans plusieurs cas, car le résultat produit par l'outil (matrice SWOT) est le meilleur résumé des éléments à prendre en considération pour une bonne décision, c'est un terme complexe utilisé pour exposer les forces, les faiblesses, les opportunités et les menaces, qui sont des facteurs stratégiques dans n'importe quelle économie (**David & Thomas L, 2004, p. 109**), qui a la forme suivante :

- Un tableau au format A4, au maximum.
- Comportant une grille composée de 4 grandes cases (cf. illustration ci-dessous)

✓ Verticalement : 2 colonnes.

1. Celle de gauche contient la liste des éléments qui ayant une influence positive ou favorable sur l'objet étudié.

2. Celle de droite contient la liste des éléments qui ayant une influence négative ou défavorable sur l'objet étudié.

✓ Horizontalement : 2 lignes.

3. Celle du haut contient la liste des éléments dits "internes", faisant partie de l'objet étudié, donc réputés pouvant être pilotés ou gérer.

4. Celle du bas contient la liste des éléments dits "externes", se situant hors de l'objet étudié (dans son environnement), donc réputés représenté un véritable obstacle d'ordre externe, c'est-à-dire, a priori, non gérer.

Fig.1. Matrice SWOT

	Positif (pour atteindre l'objectif)	Négatif (pour atteindre l'objectif)
Origine interne (organisationnelle)	Forces  Strengths	Faiblesses  Weaknesses
Origine externe (origine = environnement)	Opportunités  Opportunities	Menaces  Threats

L'analyse SWOT résume les enjeux fondamentaux de l'environnement commercial et les capacités stratégiques de l'organisation, susceptibles d'influencer le développement de sa stratégie. Elle permet d'évaluer les orientations futures et de déterminer le lien entre les forces et les faiblesses actuelles et leur capacité à s'adapter aux changements de l'environnement . **(Gerrg & scholes, 2002, p. 182)**

L'analyse SWOT stratégique a plusieurs définitions, dont certains sont 7/4énumérées ci-dessous :

- Wright a défini l'analyse SWOT comme une analyse qui vise à comparer les forces et les faiblesses de l'environnement interne de l'organisation avec les opportunités et les menaces présentes dans l'environnement externe **(Khālid Muḥammad Banī Ḥamdān, wa Wā'il Muḥammad Idrīs, 2009, p. 115)**
- L'analyse stratégique est un ensemble de méthodes utilisées par la direction de l'organisation pour déterminer l'ampleur du changement dans l'environnement externe et pour déterminer l'avantage concurrentiel et l'efficacité particulière de

l'organisation dans sa capacité à maîtriser son environnement interne, ce qui renforce la capacité de la direction à déterminer ses objectifs et son positionnement stratégique. **(Gerr & Kevan, 1997, p. 2)**

- L'analyse stratégique SWOT permet à l'organisation de mieux comprendre son environnement interne et externe et de déterminer les meilleures façons de réagir aux changements rapides et les exploiter pour atteindre les meilleurs performances **(John, 1997, p. 2)**
- Le modèle SWOT est également connu sous le nom de modèle LCAG, faisant référence aux chercheurs Christensen et Learned, Guth et Andrews **(mzhwdh, 2010, p. 110)**. Il s'agit d'une planification et d'une méthode systématiques permettant d'évaluer les forces, les faiblesses, les opportunités et les menaces d'un projet ou d'une entreprise. Une analyse SWOT peut être réalisée indépendamment d'un produit, d'un lieu, d'un secteur ou d'un individu. Elle consiste à définir l'objectif d'une entreprise ou d'un projet et à identifier les facteurs internes et externes favorables et défavorables à sa réalisation.

Tableau (1) : Matrice SWOT

Forces	Faiblesses
* Capacités? * Avantages de la proposition * Les avantages concurrentiels ? * Proposition unique de vente * Ressources, biens, personnes * L'expérience, les connaissances, données * Réserves financières, les rendements probables? * Marketing, distribution, sensibilisation ? * Les aspects novateurs?	* Faiblesses de la proposition? * Lacunes dans les capacités ? * Manque de force concurrentielle ? * Réputation, présence? * Finance? * Vulnérabilités connues ? * Délais, pressions ? * Flux de trésorerie, fonds de démarrage? * La continuité, la robustesse de la chaîne d'approvisionnement ? * Effets sur les activités de base, les

* Lieu et géographie * Prix, valeur, qualité? * Accréditations, qualifications, certifications * Processus, systèmes, NTIC * Cultures, attitudes, comportements ? * Gestion, succession ?	- distractions ? * Fiabilité des données, du plan de prévisions? * Le moral, l'engagement, le leadership ? * Accréditations, etc ? * Des procédés et des systèmes? * Gestion, de la succession ?
Opportunités	Menaces
* L'évolution du marché? * Vulnérabilités des concurrents? * le changement de l'industrie ou les tendances de style de vie? * Le développement technologique et l'innovation? * influences mondiales? * Nouveaux marchés, verticaux, horizontaux ? * les marchés cibles? * Géographie, exportation, importation? * Nouvelle Proposition Unique de Vente? * Tactiques - surprises, importants contrats? * Développement de produits ? * L'information et la recherche ? * Les partenariats, les organismes, la distribution? * Les volumes, la production, les économies? * Saisons, conditions météorologiques, influences de la mode ?	* Effets politiques ? * Effets du pouvoir législatif ? * Effets environnementaux ? * Développements informatiques ? * Intentions des concurrents ? * La demande du marché ? * Les nouvelles technologies, services, idées ? * Contrats importants et partenaires? * Le maintien des capacités internes ? * Obstacles rencontrés ? * faiblesses insurmontables? * La perte de personnel clé? * Soutien financier durable? * Economie - nationale, étrangère? * Saisons, effets météorologiques ?

Source : www.conseilenterprises.com.

2.2 L'importance de l'analyse SWOT

L'outil SWOT est un pilier essentiel de l'analyse stratégique et le point de départ de l'élaboration de tout plan organisationnel, et même pour les individus dans la prise de décisions quotidiennes. C'est l'un des outils d'analyse stratégique les plus simples et extrêmement importante en même temps, et son importance ne doit pas être négligée. Elles sont comme suit :

- L'analyse SWOT permet d'identifier les point de forces disponibles qui peuvent être déclencher pour affronter les obstacles, saisir les opportunités, diminuer ou contrôler les faiblesses et faire face aux menaces potentielles. (**'Abîr, 2010, p. 15)**
- L'analyse SWOT est utilisée pour aborder des situations stratégiques complexes en réduisant la quantité d'informations afin d'améliorer la prise de décision.
- L'analyse SWOT contribue à générer des informations utiles pour chaque catégorie (forces, faiblesses, opportunités et menaces) pour mener une analyse utile et trouver son avantage concurrentiel.
- L'analyse SWOT est importante pour explorer de nouvelles solutions aux problèmes, identifier les obstacles et décider quelle approche sera la plus efficace, échanger des idées et utiliser comme moyen de communication, et renforcer la crédibilité auprès des dirigeants.

3. Méthode d'analyse par la matrice SWOT

3.1 Présentation

La matrice **SWOT** nous permet de faire ressortir tous les points positifs et les points négatifs de la CRMA de M'SILA (www.cnma.dz)(les avantages et les inconvénients), et étudier son environnement externe et interne ainsi que les facteurs exogènes et endogènes influant sur le cadre évolutif du service technique.

Ainsi, conduire une analyse **SWOT** consiste à effectuer deux diagnostics :

- Un diagnostic externe, qui identifié les opportunités et les menaces présentées dans l'environnement de l'entreprise.
- Un diagnostic interne, qui identifié les forces et les faiblesses du domaine d'organisationnelle.

Donc, la confrontation entre les résultats du diagnostic externe (ce qu'il est convenu d'appeler les facteurs clés de succès de l'environnement) avec les résultats du diagnostic interne (ce qu'il est convenu d'appeler la capacité de l'entreprise) qui permet de formuler des solutions . cette formulation qui consiste l'intérêt de l'analyse **SWOT**. Tous comme l'indique son nom :

S :Strengths (Forces).

W :Weaknesses(Faiblesses).

O :Opportunities(Opportunités).

T :Threats(Menaces).

Tableau (02) : La matrice SWOT

Facteurs	Utile	Néfastes
Interne	Forces	Faiblesses
Externe	Opportunités	Menaces

3.2 . analyse du service technique

Nous allons analyser les facteurs exogènes et endogènes influents sur la production et la gestion des sinistres de la CRMA de M'SILA.

3.2.1. Facteurs exogènes

A/Opportunités

- Les subventions d'Etat ANGEM, ANSEJ et CNAC.
- Extension de la région dans le domaine d'habitat et l'industrie
- La potentialité agricole de la région (végétale et animale).
(Voir l'annexe n° 01).

B/Menaces

- Installations des divers agents généraux dans la région (Moyen trois agents par commune de la région).
- La concurrence déloyale dans notre région.

- La difficulté d'organisation des opérations de liquidation.
- L'ouverture du marché, surtout dans le domaine agricole.

3.2.2. Facteurs endogènes

A/Forces

- L'ancienneté de la CRMA.
- La spécialisation dans les assurances agricoles.
- Le réseau dans la région.
- Équipe jeune.
- Les tarifs appliqués sont raisonnables.
- Possède des capacités pour l'innovation.
- Les moyens (Mobilier et immobilier) importants.
- Moyens de communication entre les bureaux locaux et siège.
- Moyens informatiques (corporels et incorporels).
- Base de données diversifiée et importante.
- Lieu des paiements des indemnités des sinistres à côté du siège.
- Disponibilité des experts agréés dans toutes les branches d'assurances.
- Organisations des journées d'expertises au niveau des bureaux locaux.
- Journées de travail de service production (6/7 Jours).
- Guichets siège et bureaux locaux ouverts tous les samedis.
- Aménagement du siège et les bureaux locaux.

B/Faiblesses

- Organigramme (Absence de service commercial).
- Absence de responsable du service technique.
- Un agent de bureau local avec plusieurs responsables hiérarchiques.
- Division des tâches par branches (production et sinistre).
- Personnel en contact moyen
- Lenteur de traitement des dossiers sinistres (Dossiers commun, tous risques automobiles, animale et autres).

- Les opérations de Liquidation inter- CRMA sont rarement organisées.
- Taux de sinistralité élevé de la branche automobile.
- Trop de signataires pour le règlement d'un dossier sinistre.
- La gestion des sinistres centralisée au niveau du siège.
- Déplacement des clients sinistrés jusqu'au siège pour raison de consultation de dossier ou indemnisations.
- Cout de contrat automobile faible.
- Portefeuille non équilibré, surtout le portefeuille des Bureaux locaux.
- La majorité de personnels de service production maitrise seulement l'assurance automobile et l'assurance catastrophiques naturelles.
- La branche automobile domine le portefeuille de la CRMA de M'SILA.
- La faible pénétration dans la branche agricole.
- Ratios des agents productifs par rapport à tout le personnel 50 %.
- Effectifs insuffisants surtout au niveau du service sinistre et les bureaux locaux.

3.2.3. La matrice SWOT

Tableau (03) : La matrice SWOT

Strengths (Forces)	Weaknesses(Faiblesses)
-L'ancienneté de la CRMA. -La spécialisation dans les assurances agricoles. -Le réseau dans la région. -Équipe jeune. -Les tarifs raisonnables. -Gestion des programmes du ministère de l'Agriculture. -Possède des capacités pour	-Organigramme (Absence de service commercial). -Absence de responsable du service technique. -Un agent de bureau local avec plusieurs responsables hiérarchiques. -Division des tâches par branches (production et sinistre). -qualité de Personnel en contact avec

l'innovation. -Les moyens (Mobilier et immobilier) importants. -Moyens de communication entre les bureaux locaux et siège. -Moyens informatiques (corporels et incorporels). -Base de données diversifiée et importante. -Lieu des paiements des indemnités des sinistres. -Disponibilité des experts agréés dans toutes les branches d'assurances. -Organisations des journées d'expertises au niveau des bureaux locaux. -Journées de travail de service production (6/7 Jours). -Guichets siège et bureaux locaux ouverts tous les samedis. -Aménagement du siège et bureaux locaux.	la clientèle moyenne. -Lenteur de traitement des dossiers sinistres (Dossiers commun, tous risques automobiles, animale et autres). -Les opérations de Liquidation inter-CRMA sont rarement organisées. -Taux de sinistralité élevé de la branche automobile. -Trop de signataires pour le règlement d'un dossier sinistre. -La gestion des sinistres centralisée au niveau du siège. -Déplacement des clients sinistrés jusqu'au siège pour raison de consultation de dossier ou indemnisations. -Coût de contrat automobile faible. -Portefeuille non équilibré, surtout le portefeuille des bureaux locaux. -La majorité de personnels de service production maîtrise seulement l'assurance automobile et l'assurance catastrophiques naturelles. -La branche automobile domine le portefeuille de la CRMA de M'SILA. -La faible pénétration dans la branche agricole. -Ratios des agents productifs par rapport à tout le personnel 50 %. -Effectifs insuffisants surtout au niveau du service sinistre et les bureaux locaux.
Opportunities(Opportunités)	Threats(Menaces)
- Les subventions d'Etat ANGEM, ANSEJ et CNAC.	-Installations des divers agents généraux dans la région.

-Extension de domaine d'habitat. -Évolution de la région dans tous les domaines. -La potentialité agricole de la région.	-La concurrence déloyale dans notre région. -La difficulté d'organisation des opérations de liquidation. -L'ouverture de marché surtout dans le domaine agricole.
--	---

- Le concept des forces et des faiblesses

L'une des meilleurs méthodes utilisées pour examiner l'entreprise consiste à découvrir les opportunités et les menaces de l'environnement. Cette méthode, popularisée sous l'acronyme SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, threats*) (ou FFOM en français), est très utilisée par les praticiens de l'analyse stratégique, qui la trouvent à la fois facile à comprendre et commode à utiliser

Une **force** est une ressource ou une activité qu'une organisation fait particulièrement bien, mieux que ses concurrents.

Une **faiblesse** est un manque de ressources ou une performance dans des activités cruciales qui est inférieure à celle de la concurrence, ce qui rend l'entreprise vulnérable par rapport à ses concurrents. Il est important d'être conscient de ses faiblesses pour orienter les choix stratégiques et éviter des chemins stratégiques dans lesquels l'entreprise serait moins forte que ses concurrents.

Pour cerner les forces et les faiblesses de l'organisation, on peut faire un diagnostic par des personnes externes, dont la mission est d'examiner de manière critique ou comparative les pratiques de l'organisation. On peut aussi procéder à un sondage auprès des gestionnaires clés et discuter des situations au sujet desquelles il y a désaccord. Pour guider le processus d'identification des forces et des faiblesses.

4.Conclusion:

- **Les Résultats :** Les résultats obtenus, nous permet de vérifier certaines hypothèses préalablement fixées :

- En conclusion nous pouvons dire que l'analyse SWOT (ou FFOM en français), est l'une des meilleurs méthodes utilisés pour examiner

les performances des entreprises, car elle consiste à découvrir les opportunités et les menaces de l'environnement.

- L'analyse SWOT fournit des informations utiles pour aligner les ressources et les capacités d'une entreprise sur l'environnement concurrentiel dans lequel elle évolue. C'est donc un outil précieux pour élaborer et sélectionner des stratégies fiables. Si l'analyse SWOT constitue un point de départ très utile, elle ne doit pas être le seul barème utilisé pour évaluer les forces et les faiblesses internes, ni les opportunités et les menaces de l'environnement.

- L'analyse SWOT est un pilier essentiel de l'analyse stratégique et le point de départ de l'élaboration de tout plan organisationnel, et même pour les individus lors de la prise de décisions quotidiennes. C'est l'un des outils d'analyse stratégique les plus simples et les plus importants, dont l'importance ne doit pas être négligée.

- La plupart d'élèves ne s'assure pas et ceci due à divers facteurs comme manque de la culture assurancière.

- La compagnie est exposée aux obstacles intérieurs (faiblesses) ou encore extérieurs (menaces), nécessitant une amélioration stratégique afin d'y faire face, mais aussi des éléments positifs sont signalés comme les forces (facteurs intérieurs) et les opportunités (facteurs extérieurs ou liés à l'environnement).

-Les Recommandations

- La nécessité de donner plus d'importance et la mise en œuvre de l'analyse stratégique dans l'entreprise.

- La nécessité d'utiliser l'analyse SWOT comme un élément essentiel du processus de développement commercial et de gestion de l'organisation.

- Il est nécessaire de porter une attention particulière aux activités de recherche et développement et de favoriser la créativité, d'adopter les technologies modernes dans la gestion des différentes fonctions des institutions économiques, notamment la production, le marketing, les finances et les ressources humaines, etc., et de les encourager à faire preuve d'initiative et de créativité.

- Il est essentiel de surveiller en permanence les changements de l'environnement externe, tant public que privé, afin de maximiser les

avantages des opportunités qu'il offre, d'identifier les menaces et réduire leur impact sur l'entreprise, car il s'agit d'un pilier fondamental de la construction d'avantages concurrentiels.

5. Liste Bibliographique

David, H., & Thomas L, W. (2004). *strategic Management and Business policy* (éd. 9). Hall.

Gerr, J., & Kevan, s. (1997). *Exploring Corporate Strategy* (éd. 4). Hall Europe.

Gerrg, J., & scholes, K. (2002). *Exploring Corporate Strategy* (éd. 6). Hall.

John, T. (1997). *Strategic Management Awareness and change* (éd. 3). Hall: international Thomson publishing.

Abdellaoui, O., & Nouredine, D. (novembre 2011). *L'analyse stratégique SWOT et L'entrepreneuriat L'importance, les impacts*. Dans U. Annaba (Éd.). ANNABA/ALGERIE.

La Caisse Nationale de Mutualité Agricole, <http://www.cnma.dz> (consulté le 27 / 12 / 2024).

Ḥassūn krmāshh 'Abīr. (2010). *al-Takhṭīṭ al-istirātījī wa-dawruhu fī taḥqīq almyzh al-tanāfusīyah*. (19) Markaz Dirāsāt al-Kūfah al-'Irāq.

Khālīd Muḥammad Banī Ḥamdān, wa Wā'il Muḥammad Idrīs. (2009). *al-Istirātījīyah wa-al-takhṭīṭ al-istirātījī Manhaj mu'āṣir* (al-mujallad al-ūlā). 'Ammān, al-Urdun : Dār al-Yāzūrī lil-Ṭībā'ah.

Ṭalāl aljjāwy, wa al-Sulṭānī Sakanat. (2013). *SWOT Itqyym al-maṣārīf al-Tijārīyah*. 'Ammān, al-Urdun : Dār al-Yāzūrī al-'Ilmīyah lil-Nashr wa-al-Tawzī'.

'Abd al-malīk mzhwdh. (2010). *al-Fikr al-istirātījī altsyyry min namūdḥaj swot ilā Naẓarīyat al-Istirātījīyah*. Majallat al-'Ulūm al-Insānīyah (4), Jāmi'at Muḥammad Khayḍar, Baskarah.

6. Annexes:

Annexe n° 01: Potentialité végétale

Espece	Nbre HA	Rd/HA	PU(Qt)/DA	Valeur assurée	Cotisation D'assurance
Agrumes	2798	250	6 000	4 197 000 000	167 880 000,00
Vigne de table	560	140	8 000	627 200 000	28 412 160,00
Céréales	1 210	35	4 500	190 575 000	1 676 852,50
Maraichage (pomme de terre)	970	180	2 000	349 200 000	11 872 800,00
Olivier et noyaux	2 561	60	3 000	460 980 000	15 857 712,00
TOTAL					225 699 524,50

Source : Document fourni par caisse régionale de mutualité agricole (CRMA) de Msila 2024.

Annexe n° 02: Potentialité animale

Élevage	Nbre de tête	Prix unitaire	Valeur assurée	Cotisation d'assurance
Bovin	3 525	250 000	881 250 000	68 087 246,77
Ovin	17 015	25 000	425 375 000	17 611 021,77
Caprins	1 990	2 500	4 975 000	3 569 661,77
Équin	77	600 000	46 200 000	4 946 576,77
Apicole	10 094 Ruches	8 000	80 752 000	6 868 991,20
Avicole	981 600	400	392 640 000	30 759 224,00
TOTAL				131 842 722.18

Source: Document fourni par caisse régionale de mutualité agricole (CRMA) de Msila 2024.