

Repenser la politique publique en faveur de la Pme en Algérie - Etude exploratoire des contraintes liées à l'entrepreneuriat

Rethinking Algeria public policy in favour of SMEs in Algeria - Exploratory study of constraints related to entrepreneurship

Abdenour MOULOUD ^{1,*}

1Chargé de recherches au Laboratoire d'Economie & Développement – LED
Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion
Université Abderrahmane Mira de Bejaia (Algérie)
(mouloudabdenour@yahoo.fr)

Date de réception : 14/03/2021 ; **Date de révision :** 17/03/2021 ; **Date d'acceptation :** 03/06/2021

Résumé : En Algérie, en dépit des moyens financiers colossaux mis, depuis plus de 20 ans, à la disposition du secteur des Pme, ce dernier peine à connaître un véritable décollage.

En effet, selon le dernier rapport « Doing Business 2020 » de la Banque Mondiale sur le climat des affaires dans le monde, l'Algérie est classée à la 157^{ème} place sur 190 économies. Ce classement témoigne que les Pme algériennes font face à de multiples contraintes. Ainsi, l'objet de notre article est d'analyser, à travers une enquête de terrain auprès de 70 entrepreneurs, les contraintes auxquelles sont confrontées les Pme en Algérie.

Notre premier constat c'est que ces contraintes sont d'ordre culturel, social et économique, ce qui interpelle l'Etat à repenser sa politique publique en faveur de l'entrepreneuriat.

Mots-clés : Pme, entrepreneuriat, climat des affaires, politique publique, Algérie.

Codes de classification Jel: D02, E61, H1, O38

Abstract: In Algeria, despite the colossal financial resources made available to the SME sector for more than 20 years, the latter is struggling to take off. Indeed, according to the latest "Doing Business 2020" report from the World Bank on the business climate in the world, Algeria is ranked 157th out of 190 economies. This ranking shows that Algerian SMEs face multiple constraints. Thus, the purpose of our article is to analyze, through a field survey of 70 entrepreneurs, the constraints faced by SMEs in Algeria.

Our first observation is that these constraints are cultural, social and economic, which calls on the State to rethink its public policy in favor of entrepreneurship.

Keywords : SME, entrepreneurship, business climate, public policy, Algeria.

Jel Classification Codes : D02, E61, H1, O38

* Abdenour MOULOUD (mouloudabdenour@yahoo.fr)

I. Introduction :

Les pouvoirs publics reconnaissent de plus en plus que l'activité entrepreneuriale constitue un enjeu économique et social fondamental (Mouloud, 2010, p. 1), vu sa contribution potentielle à la croissance économique, à l'emploi, à la réduction de la pauvreté et à l'octroi de nouveaux moyens aux catégories défavorisées.

Cette dynamique entrepreneuriale nécessite la mise en place d'un environnement propice dans lequel les jeunes entités peuvent croître rapidement (OCDE, 2010), et ce, à travers un cadre institutionnel approprié (Boutiller & Uzunid, 2016, p. 54) et une politique publique favorable au climat des affaires.

Dans le champ de la recherche, la thématique de l'accompagnement entrepreneurial et de l'évaluation des politiques publiques en faveur de l'entrepreneuriat fait l'objet d'une multiplication de colloques académiques, d'articles scientifiques, voire de numéro spéciaux (Hentic-Giliberto & Berger-Douce, 2017, p. 29).

Selon plusieurs études, les jeunes Pme et les candidats entrepreneurs courent systématiquement le plus grand risque d'échec (Al Manzani, Asli & Al Manzani, 2018, p. 109). En effet, lorsque un entrepreneur ou candidat entrepreneur décide d'exploiter une opportunité, il doit faire face à des contraintes liées à un haut degré d'incertitude et une grande ambiguïté (Haddad & Melliti, 2018, p. 84).

D'autres études, ont montré le rôle que peut jouer l'Etat à travers sa politique publique pour un environnement favorable à l'entrepreneuriat. Il peut s'agir de politique d'accompagnement (Leger-Jarniou, 2008 ; Hentic-Giliberto et Berger-Douce, 2017 & Degeorge, 2017), de politique d'enseignement (Jemli, 2017 ; Lévy-Tadjine & Paturel, 2008), de la mise en place des structures d'incubation et de pépinières d'entreprises (Deschamp & Horvath, 2018 ; Jacquemin & Lesage, 2018 & Haddad & Melliti, 2018), et l'encouragement des réseaux formels d'entrepreneurs (Levebre, 2014) à travers une législation encourageant la création de clubs et d'associations de créateurs d'entrepreneurs.

En Algérie, le problème de la promotion de la Pme et de l'entrepreneuriat est aujourd'hui posé en termes de contraintes à la fois institutionnelles et sociales, qu'affrontent les entrepreneurs en activité et les candidats entrepreneurs porteurs de projets. Si les premières contraintes (institutionnelles) relèvent des pouvoirs publics, les secondes (sociales et culturelles) relèvent par contre de l'entrepreneur lui-même et de son environnement socio-culturel.

A la fin de l'année 2019, l'Algérie a enregistré une population globale de 671 267 Pme privées (personnes morales)¹ avec la prédominance du secteur des services qui concentre près de la moitié, suivi du secteur du BTPH.

Avec seulement 28 428 nouvelles créations (nouvelles Pme personnes morales) en 2019 et 9 246 cessation d'activité pour la même année², on se rend compte qu'on est très loin du défi lancé par les pouvoirs publics au début des années 2000 à l'horizon 2020.

En effet, ces chiffres témoignent des contraintes auxquelles sont confrontées au quotidien les Pme algériennes, ce qui justifie son classement à la 157^{ème} place³ sur un total de 190 économies dans le dernier rapport 2020 de la Banque Mondiale sur le climat des affaires dans le monde.

En partant de ce constat, notre principale interrogation est la suivante : « **Pourquoi au moment où l'Etat met en place et multiplie les dispositifs de création de Pme– (ANSEJ, ANGEM, CNAC, ANDI), l'entrepreneuriat en Algérie se développe à un rythme relativement lent ?** »

La réponse à cette principale interrogation requiert au préalable un examen des contraintes liées à l'environnement socioéconomique dans lequel évolue l'entrepreneur algérien. Deux hypothèses peuvent être alors formulées en termes d'explication à ce phénomène : La première est d'ordre institutionnel. Quoique l'Etat ait effectivement mis en place plusieurs dispositifs d'aide à la création des Pme ceux-ci sont sélectifs, voire exclusifs, avec la persistance des contraintes administratives d'une part et l'accès au financement d'autre part. Ainsi, on peut vite déduire que le système actuel est inadapté et qu'il faille d'ores et déjà penser à son amélioration, voire à son remplacement par un autre système ; la seconde hypothèse a trait de notre point de vue à l'absence de cadre d'échange entre les jeunes entrepreneurs. Pourquoi n'y a-t-il pas un effet « boule de neige » ? C'est l'absence d'organisation des jeunes dans des associations de création d'activités et d'entreprises qui prive les futurs candidats (candidats entrepreneurs) des expériences réalisées par leurs aînés. L'absence de cadre d'échange ou d'associations spécialisées maintient ou même accroît la peur de la prise de risque et donc bloque les initiatives entrepreneuriales

Ainsi l'objet de notre contribution est d'analyser les contraintes socio-économiques auxquelles sont confrontées les Pme en Algérie, et ce, en s'appuyant sur les résultats d'une enquête de terrain menée (avant la pandémie de la Covid 19) auprès d'un échantillon de 70 entrepreneurs dans la Wilaya de Bejaia.

II. Brève revue de littérature :

Le domaine de recherche sur la Pme et l'entrepreneuriat a suscité un intérêt particulier de la part de la communauté scientifique en sciences économiques et de gestion (Casson, 1991 ; Boutillier & Uzundis, 1995 ; Verstaete, 2000 ; Esposito, 2003 ; Fayolle 2004), et ce, vu la contribution de dynamique entrepreneurial à la création des richesses.

D'où la nécessité de l'intervention publiques, car cette dernière a une influence très importante sur la promotion des Pme et de l'entrepreneuriat en raison de l'incidence de ces politiques publiques sur les coûts, les risques et les obstacles à la concurrence (Mouloud & Belattaf , 2009, p. 28).

La mise en place d'un environnement propice à l'entrepreneuriat dans lequel les jeunes entités peuvent croître rapidement une fois qu'elles ont été créées nécessite un large éventail de politiques synergiques et de soutien (OCDE, 2004). Nombre de ces politiques touchent l'économie dans son ensemble, il peut s'agir de politiques budgétaires et monétaires judicieuses, qui sont essentielles pour assoir les bases d'un environnement macroéconomique stable, mais aussi de politiques structurelles déterminant le contexte économique général dans lequel évolue le secteur des Pme : politiques concernant les marchés financiers, le marché du travail, l'impôt, la concurrence et le droit de la faillite (Mouloud, 2021, p. 287).

Plusieurs études se sont penchées sur le rôle que peuvent jouer les gouvernements à travers une politique publique de promotion de la Pme et de l'entrepreneuriat. Comme nous l'avons souligné dans notre introduction, il pourrait s'agir de politiques d'accompagnement (Leger-Jarniou, 2008 ; Hentic-Giliberto et Berger-Douce, 2017 & Degeorge, 2017), de politiques d'enseignement (Jemli, 2017 ; Lévy-Tadjine & Paturel, 2008), et de la mise en place des structures d'incubation et de pépinières d'entreprises (Deschamp & Horvath, 2018 ; Jacquemin & Lesage, 2018 & Haddad & Melliti, 2018).

Depuis le regain d'intérêt au secteur privé en Algérie, le champ de recherche sur l'entrepreneuriat et la Pme a fait l'objet de plusieurs rencontres scientifiques, parfois même annuelles¹, ouvrages collectifs (Abedou, Bouyacoub, Lallement & Madoui, 2004, 2006), et articles scientifiques (Bedrani 1997 ; Bouyacoub, 1997 ; Assala, 2006 ; Belmihoub, 2006, Boukrif & Madoui, 2009 ; Mouloud & Belattaf, 2009, 2010, 2013).

Et tout récemment, trente ans après le début des réformes et vingt ans après la première loi d'orientation sur la promotion de la Pme en 2001, et comme l'heur est aux bilans, plusieurs auteurs algériens (Aknine Souidi & Ferfera, 2014 ; Brahiti, Mansouri, & Haddad, 2017 ; Samout & Mokhfi, 2017 ; Bechir & Lachi, 2020, Redouane, 2021) se sont intéressés et interrogés sur l'efficacité de la politique publique prônée par les pouvoirs publics en Algérie en faveur de la Pme et de l'entrepreneuriat, de s'études qui s'intéressent au rôle des institution et les bilans des dispositifs d'appui, de financement et d'accompagnement.

Notre article s'inscrit dans une série papiers académiques consacrés depuis plus de dix ans à la Pme et la dynamique entrepreneuriale en Algérie (Mouloud & Belattaf, 2009, 2010, 2013 ; Mouloud, 2012, 2021). L'originalité de l'article est qu'il s'intéresse aux entraves à la dynamique entrepreneuriale dans la Wilaya de Bejaia, une Wilaya classée 3^{ème} au niveau national, fin d'année 2019, avec 33 963 Pme recensées.

III. Pme en Algérie : Politiques publiques adoptées et état des lieux du secteur :

Bien que la création de Pme en Algérie paraisse assez facile à travers sa politique publique, particulièrement au vu des dispositifs mis en place (Ansej, Cnac, Angem et Andi), dans la réalité les obstacles causés par le système bancaire et les lourdeurs administratives sont difficiles à surmonter.

III.1. La politique publique en faveur de la Pme en Algérie

Avant les réformes entamées à partir de 1990, la Pme en Algérie n'a pas connu de développement spectaculaire en raison particulièrement des difficultés liées à l'obtention des différentes autorisations administratives et aussi aux limites de l'épargne privée. Mais depuis le lancement des réformes, la création de Pme privée a connu un mouvement ascendant.

En 1993 et pour la première fois depuis son indépendance, l'Algérie a mis en place un nouveau code des investissements libérant les initiatives privées (Mouloud, 2012, p. 70), avec la création d'une Agence de Promotion de soutien et de Suivi des Investissements (APSI) pour assister les promoteurs dans l'accomplissement des formalités classiques par le biais d'un guichet unique. Voulant être la pierre angulaire de cette nouvelle doctrine, le décret législatif du 05/10/1993 relatif à la promotion de l'investissement² met ainsi fin à la distinction public/privé, national/étranger et l'origine des capitaux ne constitue plus un obstacle.

A partir des années 2000, les pouvoirs publics ont affiché un regain d'intérêt envers l'investissement privé en général et le secteur de la Pme en particulier (Mouloud, 2012, p. 70), et ce, en promulguant en 2001 l'ordonnance n° 01-03 relative au développement de l'investissement, suivi de la promulgation de loi n°01-18 du 12 décembre 2001, portant loi d'orientation sur la promotion de la Pme.

La mise en œuvre de cette nouvelle politique publique en faveur de la Pme en Algérie est confiée à trois types d'organismes publics que (Redouane, 2021, p. 244) regroupe comme en trois catégories d'organismes :

- Organismes administratifs, consultatifs et informationnels (ANDPME³, CNC-PME⁴ et le Conseil National de la sous-traitance) ;
- Organismes accompagnateurs avec des avantages financiers, fiscaux et parafiscaux (Ansej, Cnac, Angem et l'Andi) ;
- Enfin, des organismes de garantie (Le Fonds d'appui à l'Investissement, le FGAR⁵ et la CGCI-PME⁶).

A noter que le cadre juridique la politique publique en faveur de la Pme en Algérie a été renforcé récemment avec la promulgation en 2016 de la loi n°16-09 relative à la promotion de l'investissement et 2017 de la loi n° 17-02 portant loi d'orientation sur le développement de la Pme sans pour autant enclencher une véritable dynamique entrepreneuriale, ce qui nécessite de repenser l'action publique pour un meilleur environnement favorable au développement et à la croissance la Pme en Algérie.

III.2. Etat des lieux de la Pme en Algérie

À la fin de l'année 2019, les PME privées déclarées (Personnes morales), constituent une population d'entreprises dont le nombre s'élève à 671 267. Alors que leur nombre à la fin de l'année 2009 était de 345 902 entreprises assimilées à des Pme.

Ces 671 267 PME privées (Personnes morales) auxquelles s'ajoutent 274 554 activités artisanales et 247 275 fonctions libérales (Personnes physiques) représentent plus de 99 % de l'ensemble de la population des PME, alors que celles du secteur public ne représentent qu'une infime partie avec seulement 243 PME. Le tableau (1) nous illustre l'évolution du nombre de Pme (Personnes morales) entre la période 2009 – 2019.

D'après le tableau (1), nous constatons sur la période (2009 – 2019) le nombre de Pme (Personnes morales) a presque doublé, passant de 345 902 en fin 2009 à 671 267 en fin 2019.

A noter qu'à l'aube du nouveau millénaire, l'Algérie était au dessus de la barre des 200 000 Pme (personnes morales), pour être précis 179 893 Pme en fin d'année 2001. De même, 60% des Pme existantes au début des années 2000 ont été créées après 1994 (Mouloud, 2010).

Nous pouvons résumer la démographie ou l'évolution de la Pme algérienne en trois étapes : avant les réformes des années 90', au lendemain des réformes (la décennie 90') et enfin le début des années 2000.

Avant 1990 le nombre annuel de création était inférieur à 1000 par an, il atteint 3000 en 1991 et il dépasse les 5000 en 1994 pour atteindre presque 10 000 nouvelles créations en 1999 (Madoui, 2006). A partir des années 2000 la moyenne annuelle dépassait les 30 000 nouvelles créations (34 132 Pme par an pour la période 2009 – 2019), c'est ce que nous illustre le tableau (2) :

A travers la lecture du tableau (2) relatif à la démographie de la Pme en Algérie, période 2009 – 2019, nous constatons que le nombre de la création annuelle (de même pour la croissance annuelle) est en baisse significative à partir de l'année 2016. Cette tendance baissière s'explique par la répercussion de la chute du prix du baril de pétrole (pour un pays rentier comme l'Algérie) à partir de l'automne 2014, ce qui a retardé, voir entravé le financement de certains nouveaux projets de création. Le second constat est le phénomène de radiation qui prend de l'ampleur ces dernières années, dépassant les 10 000 radiations par an pour la période 2016 – 2019. Nous ne disposons pas de chiffres récents pour l'année 2020, mais suite aux répercussions de la crise sanitaire (pandémie de la Covid 19), il faut s'attendre à une hausse considérable du nombre de radiation de Pme pour la période 2020 – 2021, voir même pour les années à venir.

IV. Méthodologie de l'enquête :

Cette enquête a pour objet de recueillir les informations concernant l'entrepreneur (son profil et sa trajectoire socio-économique, son comportement et son environnement socioculturel), l'accès au financement, la relation avec l'administration et le climat des investissements en général.

IV.1. Présentation de l'échantillon

Le choix de l'échantillon est effectué selon la méthode d'échantillonnage par quotas et la méthode d'échantillonnage stratifié⁷. Dans son principe, la méthode par quotas, consiste à obtenir une représentativité suffisante en cherchant à produire dans l'échantillon, les distributions de certaines variables importantes, telles que ces distributions existent dans la population à étudier (Ghigliione & Matalon, 2008, p. 38). Le tableau (3), illustre la répartition sectorielle de la population mère de notre échantillon.

Notre échantillon définitif s'est réduit à 70 personnes enquêtées. Le tableau (4) illustre la structure de notre échantillon final par secteurs d'activités regroupés :

En termes de secteurs d'activités regroupés, la structure de notre échantillon va dans le sens de la répartition globale du nombre de Pme de la wilaya de Bejaia sur les quatre branches d'activités, où la part du lion revient à la branche Services, suivie du BTPH, Industrie et Agriculture et Pêche.

II.V. Confection du questionnaire et son mode d'administration

Pour cerner toutes les informations liées aux entraves à l'activité entrepreneuriale avons confectionné un questionnaire qui comporte six (06) axes. Le choix de ces axes est motivé par le souci d'identifier les contraintes socio-économiques de l'environnement local de l'entrepreneur.

- **Axe 1** : Données générales sur l'entrepreneur
- **Axe 2** : Profil et trajectoire socioéconomique de l'entrepreneur
- **Axe 3** : Le comportement de l'entrepreneur
- **Axe 4** : Environnement socioculturel de l'entrepreneur
- **Axe 5** : Accès au financement
- **Axe 6** : Environnement des affaires et relation avec l'administration

Pour cet article, nous avons exploité les axes du questionnaire en relation avec les contraintes liées à l'environnement socioculturel (Axe 4), au financement (Axe 5) et au climat des affaires (Axe 6).

V. Résultats et discussion :

Dans le traitement et l'analyse des résultats de notre enquête, nous allons nous intéresser aux contraintes qui entravent les Pme à travers les difficultés rencontrées par les entrepreneurs questionnés. De ce fait, nous allons nous focaliser sur :

- Les contraintes liées à l'environnement socioculturel
- Les contraintes liées à l'accès au financement
- Les contraintes liées au climat des affaires en général

V.1. Les contraintes liées à l'environnement socioculturel

L'environnement socioculturel est à la fois un facteur de succès ou d'échec pour tout entrepreneur, dans le cas de notre étude nous nous sommes focalisé sur l'influence :

- De la famille,
- De études (le cursus de formation)
- L'encouragement (la sensibilisation) de l'Etat
- Les autres entrepreneurs (anciens dans le monde de l'entrepreneuriat)
- La couverture médiatique

Il est à noter l'influence négative est considérée comme une entrave à entreprendre, l'influence positive c'est un encouragement (tout au moins moral) et enfin l'influence essentielle c'est à la fois une incitation et un soutien direct (matériel et financier).

D'après la Figure (1), les grands appuis des entrepreneurs enquêtés dans leur environnement socioculturel, sont bien la famille, en premier lieu, et puis les centres d'enseignement et de formation qu'ils ont fréquentés. Selon les résultats de notre enquête, on a pu tirer cinq (05) constatations que nous énumérons comme suit :

V.1.1. Le rôle important de la famille

En effet, 43% des entrepreneurs que nous avons interrogés estiment avoir eu un grand soutien moral et financier, surtout, de la part des membres de leurs familles, une influence essentielle non négligeable pour la réussite de leurs projets. De même, 30% estiment que l'influence de leurs parents et famille a été positive lors du montage de leur investissement, donc en tout, plus de 70% des entrepreneurs composants notre échantillon étaient influencés positivement par leurs parents, conjoint, frères et proches. Par contre, 27% déclarent le contraire, dont 10% qui estiment avoir été démotivé par leurs parents pour les uns et leurs conjoints pour les autres, et cela par crainte de l'échec du projet. Seuls 17% qui estiment que leur entourage n'avait aucune influence sur leur acte entrepreneurial, du fait que la décision d'investir été prise sans leur avis. A noter enfin, que l'influence de la famille est essentielle et positive surtout pour la jeune génération d'entrepreneurs contrairement aux plus âgés.

V.1.2. L'influence des études

Après la famille, c'est les études qui influencent les entrepreneurs enquêtés dans leur décision d'investir, du moins pour les 44 diplômés de notre échantillon (25 diplômés universitaires et 19 diplômés des centres de formation professionnelle). En effet, 34% estiment cette influence essentielle et 29% l'estiment positive. Selon leurs dires, leur cycle d'études les a initié à entreprendre et à acquérir un esprit d'entreprise. Pour les non diplômés (26 entrepreneurs de notre échantillon), ils estiment, ce qui est logique, que leur faible niveau d'études n'avait aucune influence sur leur décision d'investir.

V.1.3. L'Etat et son rôle de sensibilisateur

Le rôle de l'Etat à travers sa politique de sensibilisation est différemment apprécié par les entrepreneurs interrogés. Pour certains, l'Etat rempli parfaitement son rôle de sensibilisateur, et pour d'autres, la politique des pouvoirs publics en matière de sensibilisation et d'encouragement à l'investissement et l'instauration de l'esprit d'entreprises chez les jeunes, est vouée à l'échec. Les partisans de la première thèse sont généralement les personnes qui ont bénéficié de l'aide de l'Etat dans le montage de leurs investissements, surtout dans le cadre du dispositif Ansej, ils sont 30% à estimer que l'influence de l'Etat dans la réussite de leur acte entrepreneurial est essentielle (13%) ou positive (17%). Par contre, les partisans de la deuxième thèse, qui représentent 70% de notre échantillon, 23% estiment qu'il été démotivé par la politique menée par l'Etat en matière

d'investissement au point où ils ont failli à un moment renoncer carrément à l'idée de création de leurs entreprises, plus encore, 59% estiment avoir monté leur projet sans être influencé ni avoir bénéficié du moindre avantage accordé dans le cadre des dispositifs publics d'aide à la création d'entreprises.

V.1.4. Absence de cadre d'échange entre les jeunes entrepreneurs et leurs aînés

Sur les 70 entrepreneurs enquêtés dans le cadre de notre étude, 30% seulement estiment être *indirectement* influencé « essentiellement ou positivement » par leurs aînés, il faut bien le noter que c'est une influence *indirecte*, car selon leurs dires, ils n'ont jamais été encouragés par un contact direct. Au contraire, s'ils les auraient consultés, leurs avis auraient été automatiquement démotivants. Donc, ce genre d'influence se manifeste à travers l'imitation de la réussite de leurs aînés et de leur bonne conduite des affaires. Par contre, d'autres déclarent que l'échec de certains anciens entrepreneurs dans leur activité entrepreneuriale ou la consultation d'autres pour avis a été d'une influence négative lors du montage de leur projet, ils sont 23% à avoir déclaré cela. Enfin, près de la moitié des personnes interrogées, soit 47%, estiment n'avoir jamais été influencés par d'autres entrepreneurs, tant par leurs échecs que par leurs succès.

V.1.5. Manque de couverture médiatique sur l'entrepreneuriat

En effet, nous même avons constaté qu'il y'a un manque de médiatisation de l'entrepreneuriat en Algérie, soit à travers la presse écrite, soit par l'audiovisuel, alors que les médias ont un grand rôle à jouer dans l'instauration de l'esprit d'entreprise dans une société. En Algérie, ces derniers temps avec le regain d'intérêt pour le secteur des Pme, on assiste à des campagnes de sensibilisation sur l'entrepreneuriat à travers les médias, mais ça reste encore insuffisant vu l'importance et l'actualité du thème. De ce fait, 80% de notre échantillon affirment que les médias n'avaient aucune influence sur leur décision d'investir.

V.1.6. Absence du mouvement associatif

Sur une question relative au rôle que peuvent jouer les associations professionnelles et la société civile en général, la totalité des entrepreneurs rencontrés étaient unanimes pour dire que si ce genre d'associations avait existé en Algérie, le nombre de créations d'entreprises aurait connu une évolution considérable, et ce, à travers une triple mission de sensibilisation, d'incubation et d'accompagnement jusqu'au décollage.

V.1.7. Enseignement de l'entrepreneuriat

Enfin un dernier point crucial, abordé lors de nos entrevues avec les personnes enquêtées, il s'agit de l'enseignement de l'entrepreneuriat dans les universités, les centres de formations et les chambres de commerce et d'industrie. Les entrepreneurs diplômés estiment que malgré l'influence de leurs études dans la réussite du montage de leurs projets, ils ont encore des lacunes dans la gestion de leurs entreprises, et cela à cause du manque de formation dans le domaine de l'entrepreneuriat. Par contre les non-diplômés estiment vouloir compenser leur faible niveau d'étude par des formations dans le domaine de l'entrepreneuriat, du moins les notions de base de ce dernier. Normalement c'est le rôle des *Chambres de Commerce et d'Industrie (CCI)* et des *Chambres d'Artisanat et des Métiers (CAM)*. Malheureusement, ces rôles en Algérie se réduisent à l'organisation de certaines foires et expositions annuelles.

V.2. Les contraintes liées à l'accès au financement

D'après les résultats de notre enquête, pour le montage financier du projet, on distingue cinq (05) voies d'accès au financement :

- *Financement bancaire ou mixte* : Il s'agit d'une forme de financement par un circuit bancaire, qui peut être soit sur une demande direct auprès d'une institution bancaire ou dans le cadre de l'un des dispositifs d'aide à la création d'entreprises, exemple : financement mixte (Banque-Promoteur) dans le cadre de l'Ansej.
- *Financement triangulaire* : Il s'agit d'une forme de financement pour les bénéficiaires des dispositifs publics d'aide à la création d'entreprises. Le montage financier se réalise par l'union de trois apports : personnel, bancaire et le Prêt Non Rémunéré (PNR).
- *Financement personnel* : Il s'agit d'un montage financier par l'épargne personnelle du promoteur, qui peut être soit des économies tirées de son salaire, soit d'un transfert de fonds de l'étranger ou bien d'un cumul de bénéfices pour les anciens commerçants.

- *Financement par emprunt chez la famille, les proches et les amis* : Lorsque la banque lui refuse le prêt et que son épargne personnelle est insuffisante, l'entrepreneur fait appel à l'aide de sa famille, de ses proches et de ses amis.
- *Financement par emprunt au marché informel* : Enfin, il existe un dernier moyen de financement, il s'agit d'un emprunt auprès d'une tierce personne avec un taux d'intérêt très élevé par rapport au taux pratiqué par les banques. C'est une forme de financement très répandue ces derniers temps. Contrairement à l'emprunt bancaire, ce financement ne nécessite pas beaucoup de temps, ni de démarches administratives ni même de biens à hypothéquer. Pour se préserver d'une éventuelle insolvabilité de l'emprunteur, le prêteur exige la signature d'une reconnaissance de dette et le versement des intérêts s'effectue informellement. Question un peu gênante certes et tous les entrepreneurs interrogés affirment n'avoir jamais eu recours à ce moyen de financement, qui selon eux, génère beaucoup de conflits futurs entre les deux parties.

Après ce bref aperçu de quelques voies de financement constatées au cours de notre enquête, nous verrons, comme nous l'illustre la Figure (2), les sources principales de financement des entrepreneurs enquêtés dans le cadre de notre étude :

Près de 65% des entrepreneurs interrogés déclarent que la source principale de leur capital investi provient soit de leur épargne personnelle (36%) ou d'un emprunt auprès des proches (famille) et amis (28%). Alors que seulement 36% déclarent que leur source principale provient d'un emprunt bancaire, dont 30% dans le cadre du dispositif Ansej (financement triangulaire).

En effet, ce que nous avons constaté auprès des entrepreneurs que nous avons interrogés, c'est que la relation entre eux et les banques publiques est basée sur la méfiance. Sur les 70 entrepreneurs de notre échantillon, 57%, soit 40 personnes, déclarent n'avoir jamais fait une demande de prêt auprès d'une institution bancaire, et ce, pour des raisons diverses que nous illustrons dans la Figure (3).

D'après la Figure (3), on remarque que les entrepreneurs avancent plusieurs raisons pour n'avoir jamais introduit une demande de prêt auprès d'une banque, et parmi elles, on cite :

- *L'entreprise ne peut pas offrir de garanties suffisantes* : Certains entrepreneurs (40%) déclarent qu'ils ne peuvent pas répondre aux exigences des banques en termes de garanties et c'est la raison pour laquelle ils n'ont pas fait de demande de prêt.
- *L'entreprise ne désire pas être endettée* : D'autres, soit 53% préfèrent investir avec leur propre capital, pour ne pas se sentir condamné par le versement des intérêts et le remboursement de la dette, dans la crainte de voir ses biens confisqués par la banque en cas d'échec.
- *La procédure d'obtention de prêt est trop difficile* : Un peu plus de la moitié, soit 58% des entrepreneurs n'ayant pas fait de demande de prêt, estiment que la procédure d'obtention d'un prêt est difficile et nécessite beaucoup de relations personnelles et informelles.
- *Ça sera une perte de temps, il n'y aura pas de suite* : Enfin, 67% estiment d'avance qu'il n'y aura pas de suite à leur demande d'obtention de prêt. Selon eux, le système bancaire algérien est infecté par la bureaucratie.

Sur les cinq (05) personnes ayant fait une demande de prêt auprès d'une banque publique, quatre d'entre eux déclarent que leur demande a été rejetée sans que l'institution bancaire leur avance les raisons du rejet, et la 5^{ème} personne déclare que son dossier est en cours depuis plus de six mois.

Enfin, à noter que sur les 70 entrepreneurs composant notre échantillon, 21 ont bénéficié d'un prêt dans le cadre de l'Ansej, Angem et Cnac. Dans un besoin d'accompagnement, ces entrepreneurs déclarent être livrés à eux-mêmes. Pour les entrepreneurs qui n'ont pas tenté de bénéficier de ces dispositifs, ils estiment qu'au départ avec tous les avantages accordés ça va pour le mieux mais et une fois que le promoteur commence à rembourser sa dette, les vrais soucis commencent.

V.3. Les contraintes liées au climat des affaires

Dans ce dernier point des résultats de notre première enquête auprès d'un échantillon de soixante-dix (70) entrepreneurs, nous verrons comment jugent les entrepreneurs le climat des affaires dans lequel ils évoluent, et ce, à travers le degré de sévérité d'un certain nombre de contraintes que nous avons regroupé comme suit

- Contraintes liées aux infrastructures et au foncier
- Contraintes liées à la fiscalité et à la relation avec l'administration fiscale et douanière
- Contraintes liées à la création d'entreprises, au crédit (coût et accès) et l'inflation
- Contraintes liées à la corruption, criminalité, contrefaçon et au secteur informel

Pour chaque contrainte, nous verrons quel est son degré de sévérité sur une échelle de 4, mineur, moyen, majeure ou très sévère, que nous illustrons à travers les figures suivantes.

Plus de la moitié des entrepreneurs enquêtés estiment que les télécommunications, l'accès à l'électricité et le transport de marchandises ne représentent pas un obstacle pour leur activité. Pour l'accès à l'électricité, il est pour 3% une contrainte très sévère et pour les télécommunications, 67% estiment qu'elles ne représentent pas d'obstacle pour eux, car pour les entrepreneurs que nous avons enquêtés, les télécommunications ne représentent que la téléphonie mobile du moment qu'ils ne sont pas utilisateurs de l'outil Internet dans leur activité (vente par internet, télé-travail, ...etc.). Enfin pour le foncier, c'est un obstacle majeur pour 21% des enquêtés et très sévère pour 31%, une vraie contrainte de degré 3 et 4 sur une échelle de 4, pour plus de la moitié des personnes interrogées. A noter que la contrainte du foncier ne se limite pas au secteur industriel, mais aussi l'agriculture, le BTP et le tourisme.

26% des entrepreneurs enquêtés estiment que le taux d'imposition fiscale est une contrainte très sévère pour leur activité et 29% l'estiment comme une contrainte majeure et pour l'administration fiscale, elle représente une contrainte de degrés 3 et 4 pour 54% des entrepreneurs enquêtés. Enfin pour leur relation avec l'administration douanière, 40% déclarent ne pas être concernés, 20% sans opinion et 10% comme une contrainte très sévère, surtout pour les entrepreneurs du secteur industriel et du bâtiment et travaux publics.

L'accès au crédit est une contrainte très sévère pour 54% des personnes enquêtées et une contrainte majeure pour 26%. Pour ceux qui ont déjà bénéficiés d'un crédit bancaire, ils estiment que leur aventure a été dure et pour ceux qui n'ont pas fait de demande de prêt, ils déclarent être démotivés d'avance. Le coût du crédit représente aussi une sérieuse contrainte pour le montage financier de leur projet. Les personnes ayant bénéficiés d'un prêt dans le cadre de l'Ansej estiment que les taux d'intérêts sont un peu élevés.

Pour les formalités administratives nécessaires à la création d'une entreprise, 31% des entrepreneurs rencontrés estiment que ces formalités représentent une contrainte majeure dans le processus entrepreneurial et 29%, les estiment comme une contrainte très sévère. En effet, selon le classement de la Banque Mondiale sur le climat des affaires dans le monde en 2020, l'Algérie est classée 157^{ème} sur 1çà pays en terme d'indice de création d'entreprise.

L'inflation, elle, est considérée comme contrainte très sévère par 16% des entrepreneurs interrogés et comme contrainte majeure par 13%. Les plus vulnérables à l'inflation sont surtout les entrepreneurs du secteur du bâtiment, qui subissent parfois la différence entre les prix de soumission et les prix futurs des matières premières, une inflation importée ou causée par la hausse de la demande.

Dans la conduite des affaires en Algérie, c'est le phénomène de la corruption qui décourage les plus les investisseurs. Selon les résultats de notre enquête, ils sont 53% à affirmer que cette contrainte est très sévère dans leur processus entrepreneurial. En effet, ce phénomène touche en Algérie deux secteurs vitaux de l'économie, le secteur du bâtiment et des travaux publics, et le secteur des hydrocarbures.

Quant à l'insécurité, l'Algérie a connu une stabilité depuis le début des années 2000, à l'exception de quelques actes de vols. L'insécurité n'est pas considérée comme une contrainte pour 41% des entrepreneurs interrogés dans le cadre de notre enquête.

Deux autres phénomènes prennent de l'ampleur en Algérie ces dernières années, il s'agit de l'inondation du marché par des produits contrefaits, asiatiques pour la majorité, et le développement des activités informelles. La première contrainte est considérée comme très sévère par 20% des entrepreneurs, surtout pour le secteur industriel et le secteur du bâtiment, pour la deuxième, qui touche surtout le secteur des services, elle est considérée aussi comme très sévère par 29% des entrepreneurs et majeure par 23%.

Enfin, sur une question relative aux lois et règlements qui affectent leurs entreprises, s'ils sont interprétés de manière claire et constante par l'administration, près de la moitié des entrepreneurs affirment ne pas être d'accord dans la plupart des cas. Leurs réponses sont illustrées par la Figure (8)

44% des entrepreneurs interrogés, affichent leurs désaccords dans la plupart des cas avec l'administration dans l'interprétation des lois et règlements qui affectent leurs entreprises contre seulement 3% qui déclarent être parfaitement d'accord. Selon eux, il y'a trop d'amalgames et de contradictions dans l'interprétation des textes règlementaires par les agents administratifs.

Sur une dernière question relative au temps consacré à des visites aux diverses administrations pour l'obtention des papiers, ainsi qu'à d'autres tâches liées à la «bureaucratie », les entrepreneurs que nous avons interrogés déclarent qu'en moyenne, les obstacles administratifs prennent près de 36% d'une semaine, soit en moyenne, près de trois jours par semaines.

VI. Conclusion

Au terme de notre contribution sur le secteur de la Pme en Algérie, nous avons constaté que ce dernier fait encore face à plusieurs obstacles, et ce, en dépit de toutes les séries de réformes entreprises depuis l'engagement du pays dans la voie de l'économie de marché.

L'Algérie a, certes, fait des progrès en matière de promotion des Pme, avec un regain d'intérêt affiché au cours de cette dernière décennie à l'égard de l'entrepreneuriat. A ce titre, il suffit de faire une lecture de la législation en matière d'investissements privés dans le cadre de la politique publique prônée à partir du code des investissements d'août 2001, suivi de la loi d'orientation sur la promotion de la petite et moyenne entreprise, promulguée à la fin de la même année. Mais soixante ans après l'indépendance, trente ans après l'ouverture à l'économie de marché et vingt ans après les récentes séries de réformes, le bilan en matière de Pme est loin d'être à la hauteur des attentes, pour ne pas dire décevant. La cause est que cette volonté affichée à travers les textes législatifs, n'est pas conjuguée sur le terrain et c'est la réalité de ce dernier qui nous le démontre.

Suite aux contraintes énumérées et analysées tout au long de notre contribution, nous pouvons dire que pour pallier à toutes ces insuffisances et pour un meilleur environnement entrepreneurial, il est nécessaire que l'Etat revoie sa politique publique de promotion de la Pme, avec plus de clarté, de transparence et une meilleure prise en charge des doléances des entrepreneurs. Car ces derniers n'ont pas besoins de beaucoup d'avantages mais plutôt de moins d'entraves. Ce projet, qui est un projet de société, doit impliquer non seulement les pouvoirs publics mais aussi la société civile à travers le bénévolat dans le cadre des mouvements associatifs, la famille qui est la première cellule de la société, les médias qui sont un grand outil de vulgarisation et de sensibilisation, l'université et les centres de formation, avec une meilleur enseignement dans le domaine de l'entrepreneuriat.

- Annexes:

Tableau (1) : Evolution de la population des Pme privées en Algérie (2009 – 2019)

Année	Nombre de PME
2009	345 902
2010	369 319
2011	391 761
2012	420 117
2013	459 414
2014	496 989
2015	537 901
2016	575 906
2017	609 344
2018	643 493
2019	671 267

Source : Établi par l'auteur à travers une synthèse des Bulletins d'Informations Statistiques 2009 – 2019

Tableau (2) : Démographie de la Pme en Algérie (2009 – 2019)

Année	Création	Radiation	Réactivation	Croissance ⁸
2009	30 541	9 892	3 866	24 515
2010	27 943	7 915	3 389	23 417
2011	26 239	9 189	5 392	22 442
2012	30 530	8 050	5 876	28 356
2013	39 355	8 249	8 191	39 297
2014	39 343	9 054	7 286	37 575
2015	41 919	6 949	7 956	40 912
2016	41 635	11 686	8 056	38 005
2017	34 642	9 432	8 228	33 438
2018	34 877	10 990	10 262	34 149
2019	28 428	9 246	8 592	27 774

Source : Établi par l'auteur à travers une synthèse des Bulletins d'Informations Statistiques 2009 – 2019

Tableau (3) : Répartition sectorielle de la population mère de notre échantillon

Secteurs d'activités	Nombre de Pme	%
Agriculture et pêche	2 576	9,46%
Bâtiments et travaux publics	6 360	23,34%
Commerces	5 656	20,76%
Transport et communication	4 565	16,76%
Services fournis aux entreprises	2 394	8,79%
Service fournis aux ménages	2 360	8,66%
Hôtellerie et restauration	1 158	4,25%
Industrie du bois, liège, papier, imprimerie	1 234	4,53%
Industries agroalimentaires	941	3,45%
Total	27 244	100%

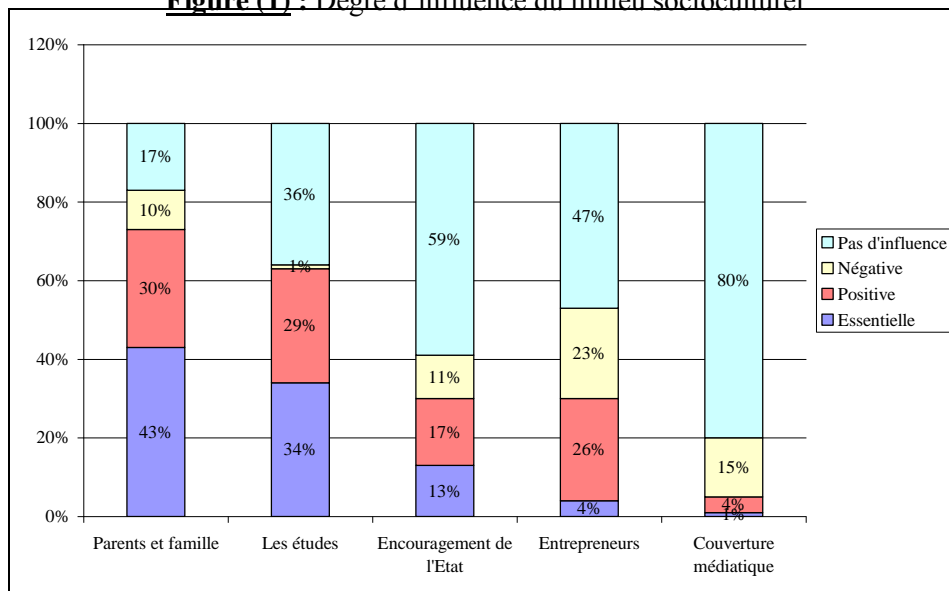
Source : Etabli par l'auteur à partir du fichier Cnas

Tableau (4): Structure définitive par branches d'activités (secteurs d'activités regroupés)

Branches d'activité	Nombre de Pme	%
Agriculture et pêche	5	7,14%
Industrie	10	14,29%
Bâtiments et travaux publics (non pétroliers)	23	32,86%
Services	32	45,71%
Total	70	100%

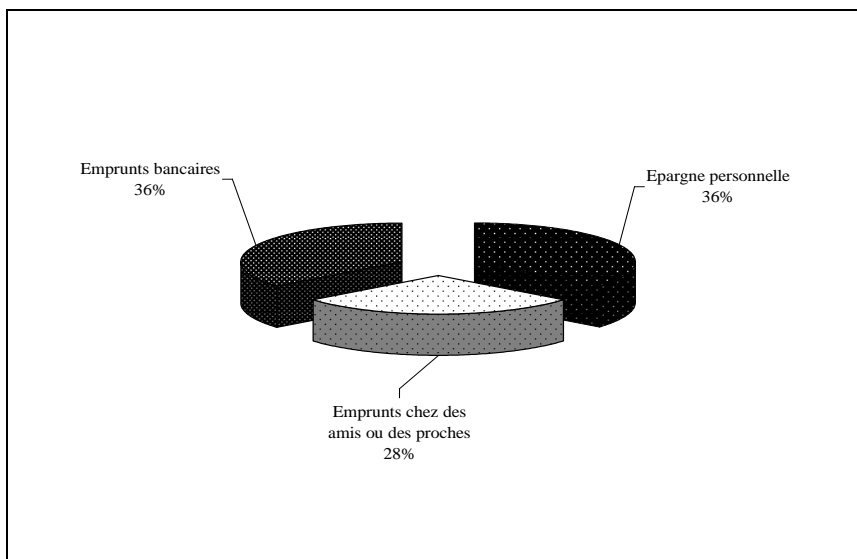
Source : Etabli par l'auteur

Figure (1) : Degré d'influence du milieu socioculturel



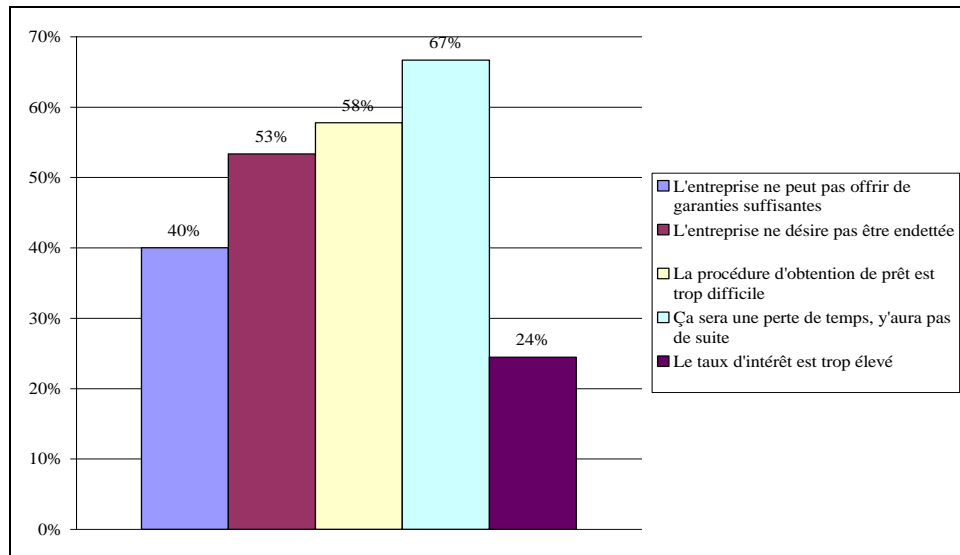
Source : Résultats de l'enquête

Figure (2) : Sources principales de financement des entrepreneurs enquêtés



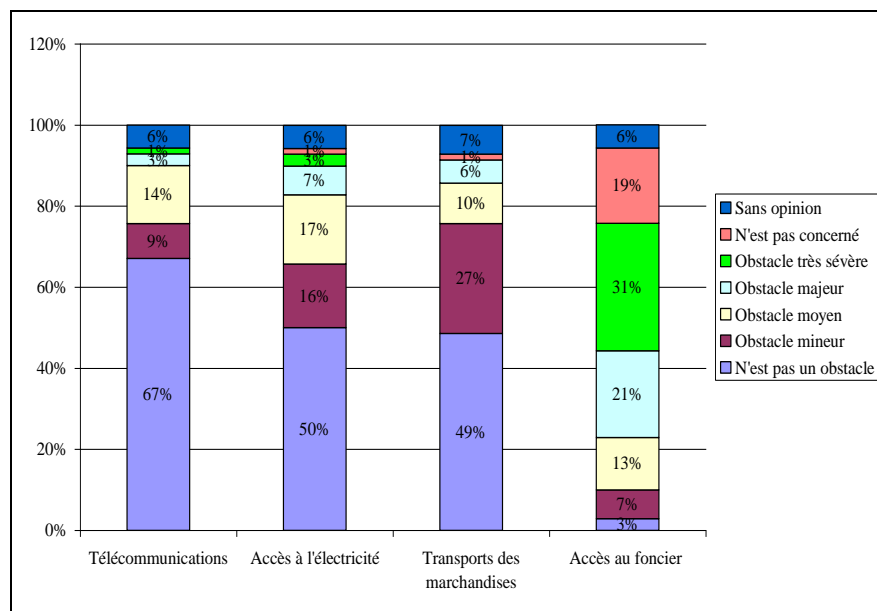
Source : Résultats de l'enquête

Figure (3) : Raisons pour lesquelles les entrepreneurs n'ont pas fait de demande de prêt



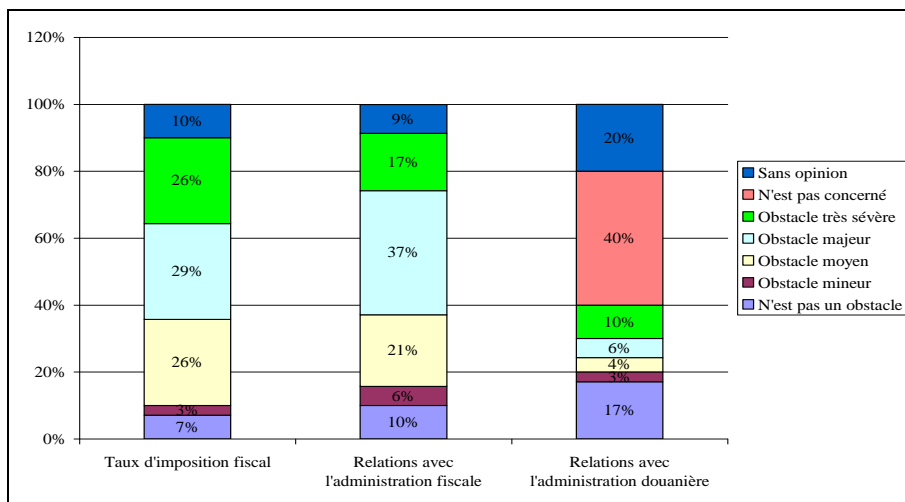
Source : Résultats de l'enquête

Figure (4) : Degré de sévérité des contraintes liées aux infrastructures et au foncier



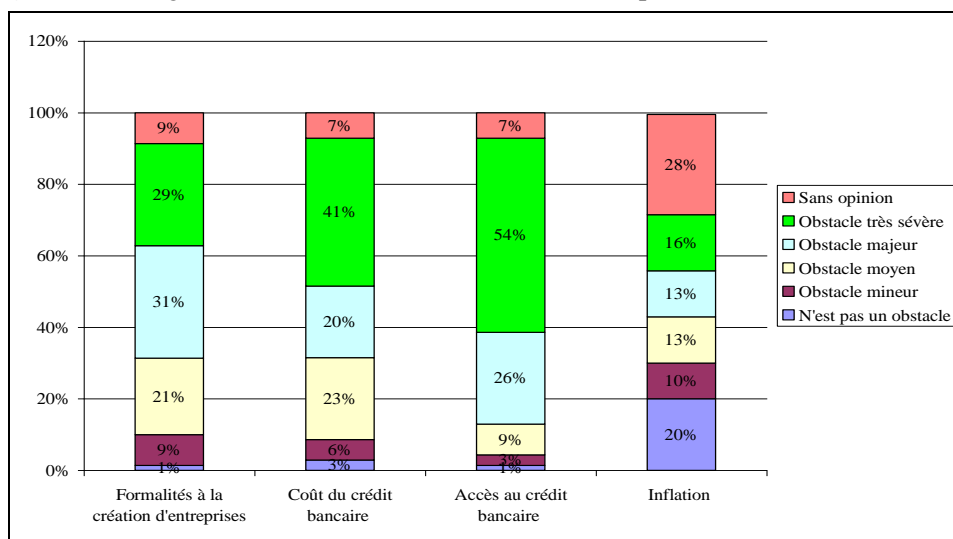
Source : Résultats de l'enquête

Figure (5): Degré de sévérité des contraintes liées à fiscalité et à la relation avec l'administration fiscale et douanière



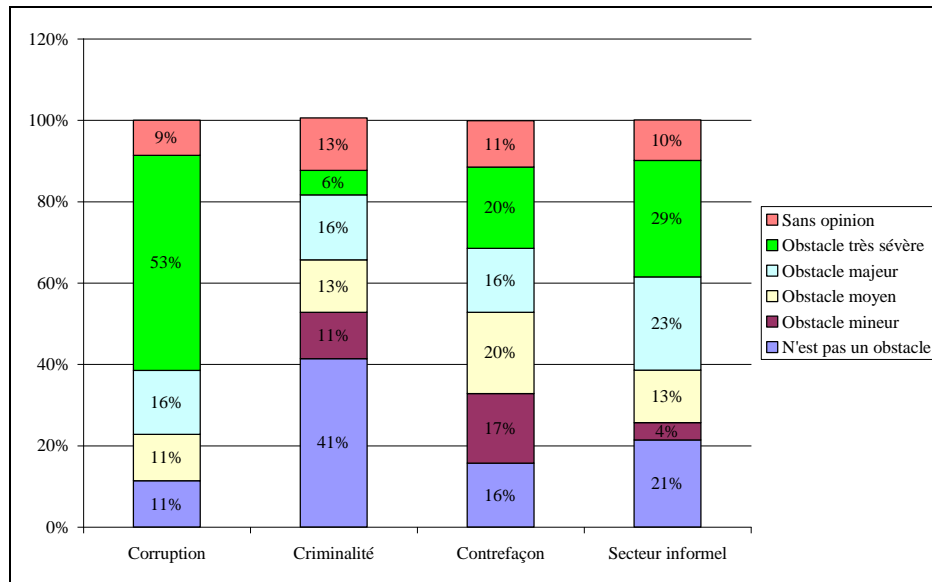
Source : Résultats de l'enquête

Figure (6) : Degré de sévérité liées à la création d'entreprises, au crédit et à l'inflation



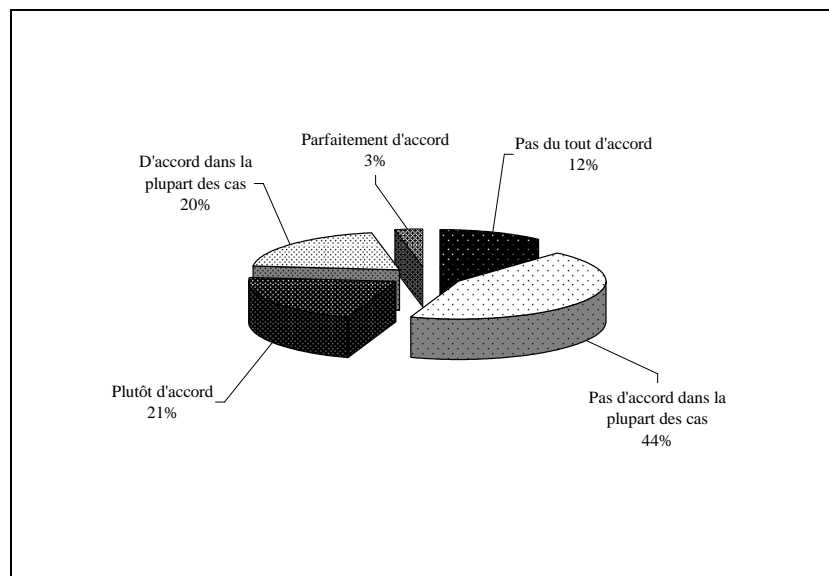
Source : Résultats de l'enquête

Figure (7) : Degré de sévérité des contraintes liées à la corruption, criminalité, contrefaçon et au secteur informel



Source : Résultats de l'enquête

Figure (8) : L'avis des entrepreneurs sur l'interprétation administrative des lois et règlement



Source : Résultats de l'enquête

VII. Bibliographie :

- Abedou, A., Bouyacoub, A., Lallement, M., & Madoui, M., (2004). « Entrepreneur et Pme : Approches algéro-françaises », L'HARMATTAN, Paris 2004.
- Abedou, A., Bouyacoub, A., Lallement, M., & Madoui, M., (2006). De la gouvernance des PME-PMI : Regards croisés France – Algérie », L'HARMATTAN, Paris 2006.
- Aknine Souidi, R. & Ferfera, M.Y. (2014). « Entrepreneuriat et création d'entreprises en Algérie : Une lecture à partir des dispositifs de soutien et d'aide à la création des entreprises », Revue des Sciences Economiques et de Gestion, N°14, 2014, Université Ferhat Abbas de Setif, PP 56 – 78.
- Amir, O. & Bellache, J. (2018). « Institutions et organisations : Quelle articulation dans une problématique de l'entrepreneuriat en Algérie », Revue Marché et Organisation, N°33, 3^{ème} trimestre 2018, PP 173 – 195.
- Assala, K. (2006). « PME en Algérie : de la création à la mondialisation », 8^{ème} Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME «L'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales » 25, 26, 27 octobre 2006, Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse

- Bechir, S. & Lachi, O. (2020). « Le financement et le développement des PME aux pays du Maghreb (Algérie, Tunisie, Maroc) : Etude comparative », Revue des études économiques et administratives, Volume 3, Numéro Spécial, Avril 2020, Université 20 août 1955 de Skikda, PP 343 – 352.
- Bedrani, S. (1997). « Nouveaux entrepreneurs dans la transition à l'économie de marché : les entrepreneurs ruraux », Revue du Cread, Volume 11, N°40. 2ème trimestre 1997, PP 5 – 19.
- Belmihoub, M.D. (2006). « Le comportement de l'entrepreneur privé face aux contraintes institutionnelles : approche à partir de données d'enquêtes et de panels sur la PME privée en Algérie », Création d'entreprises et territoires, les 03 & 04 Décembre 2006, Tamanrasset – Algérie.
- Boukrif, M. & Madoui, M. (2009). « De l'économie administrée à l'économie de marché : Les PME à l'épreuve de la mise à niveau des entreprises en Algérie », La vulnérabilité des TPE et des PME dans un environnement mondialisé », 11^{èmes} Journées scientifiques du Réseau Entrepreneuriat, 27, 28 et 29 mai 2009, INRPME, Trois-Rivières, Canada.
- Boutillier, S. & Uzundis, D. (1995). « L'Entrepreneur : Une analyse socio-économique », Editions Economica, Paris 1995.
- Boutillier, S., Uzundis, D. (2016). « Le territoire entrepreneurial durable fondements théoriques et analyse économique », Revue Marché et Organisation, N°25, 1^{er} trimestre 2016, PP 45 – 66.
- Bouyacoub, A. (1997). « Les nouveaux entrepreneurs en Algérie en période de transition : la dimension transnationale », Revue du Cread, Volume 11, N°40. 2ème trimestre 1997, 105 – 119.
- Brahiti, I., Mansouri, F.Z. & Haddad. (2017). « Evaluation des dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie », Revue Algérienne de l'économie et finances, Volume 2, N°7, Avril 2017, Université Yahia Farès de Médéa, PP 7 – 19.
- Casson, M. (1991) : « L'Entrepreneur », Editions Economica, Paris 1991.
- Degeorge, J-M. (2017). « De la diversité du processus d'accompagnement entrepreneurial vers une meilleure complémentarité », Revue de l'Entrepreneuriat, N°16, 2^{ème} trimestre 2017, PP 7 – 15.
- Deschamp, G., Horvath, I. (2018). « La pépinière, dispositif activateur de l'entrepreneuriat créatif », Revue de l'entrepreneuriat, N°17, 1er trimestre 2018, De Boeck supérieur, PP 107 – 137.
- El Manazani, N., Asli, A., El Manzani, Y. (2018). « Les facteurs de l'échec entrepreneurial des Pme marocaines : Etude exploratoire ». Revue Marché et Organisation, N°33, 3^{ème} trimestre 2018, PP 105 – 144.
- Esposito, M.C. & Zumello, C. (2003). « L'Entrepreneur et la dynamique économique : Approche anglo-saxonne », Editions Economica, Paris 2003.
- Fayolle, A. (2004) : « Entrepreneuriat : Apprendre à entreprendre », Editions Dunod, Paris 2004.
- Ghigliione, R., & Matalon, B. (2008). « Les Enquêtes sociologiques : Théories et pratique », 6^{ème} édition, Editions Armand Colin, Paris 2008.
- Haddad, S., Melliti, N. (2018), « Role des structures d'accompagnement dans la création des entreprises innovantes en Tunisie ». Revue Marché et Organisation, N°33, 3^{ème} trimestre 2018, PP 79 – 104.
- Hentic-Giliberto, M., Berger-Douce, S. (2017). « Role de l'accompagnement amont sur la poursuite du projet d'affaires : Résultats d'une enquête empirique », Revue de l'Entrepreneuriat, N°16, 2^{ème} trimestre 2017, PP 22 – 57.
- Jacquemin, A, Lesage, X. (2018). « L'étudiant entrepreneur : un agité du bocal ?, Revue Entreprendre et Innover, n° 36, 1^{er} trimestre 2018, De Boeck supérieur, PP 67 – 72.
- Jemli, H. (2018). « Effet de l'enseignement de l'entrepreneuriat sur l'intention entrepreneuriale des étudiants inscrits dans les écoles tunisiennes d'ingénieurs », Revue Marché & Organisation, N°33, 3^{ème} trimestre 2018, PP 145 – 171.
- Lefebvre, V. (2014). « Réseau formel d'entrepreneurs comme dispositif d'accompagnement », Revue Entreprendre & Innover, N°21-22, 2^{ème} trimestre 2014, PP
- Leger-Jarniou, C. (2008). « Accompagnement des créateurs d'entreprise : Regard critique et propositions », Revue Marché & Organisation, N°6, 1^{er} trimestre 2008, PP 73 – 97.
- Levy-Tadjine, T., Paturel, R. (2008). « Vers un enseignement des compétences entrepreneuriales », Revue Marche & Organisation, N°6, 1^{er} trimestre 2008, PP 15 – 29.
- Mouloud, A. & Belattaf, M. (2009). « Climat Institutionnel De L'investissement Des Pme Maghrébines étude Comparative : Algérie, Maroc et Tunisie. », Revue d'Economie et de Management, Volume 8, N°1, Université Abou Bekr Belkaid de Tlemcen, PP 28 – 50.
- Mouloud, A. & Belattaf, B. (2010) : « Entrepreneuriat en Algérie : Entre dynamisme et limites institutionnelles », Premières Journées Scientifiques Internationales sur l'Entrepreneuriat, L'entrepreneuriat : Formations et opportunités d'affaires, les 06, 07 et 08 Avril 2010, Université Mohamed Khider de Biskra – Algérie.
- Mouloud, A. (2010). « Problématique de la promotion de l'entrepreneuriat face aux contraintes socioéconomiques de l'environnement local en Algérie : cas de la wilaya de Bejaia », Mémoire de Magister, UAM Bejaia – Algérie, Octobre 2010.
- Mouloud, A. (2012). « De l'économie administrée à l'économie de marché : Politique en faveur de l'investissement privé en Algérie à la veille du cinquantenaire de son indépendance. Quelques repères

- historiques », in Mohand- Amer, A. & Benzenine, B. (dir). « Le Maghreb et l'indépendance de l'Algérie », Crasc – IRMC – Karthala, Paris 2012, PP 63 – 75.
- Mouloud, A. & Belattaf, B. (2013) : « L'entrepreneur algérien, cinquante ans après l'indépendance : Comportement, profil & trajectoire socioéconomique », 4^{èmes} Journées Scientifiques Internationales sur l'Entrepreneuriat, « L'Entrepreneuriat des jeunes : Variété des contextes, des acteurs et des circonstances », les 23, 24 et 25 Avril 2013, Université Mohamed Khider de Biskra – Algérie.
 - Mouloud, A. (2021). « La politique publique en faveur de l'entrepreneuriat et de la Pme en Algérie. Les craintes et les attentes des candidats entrepreneurs », Les Cahiers du MECAS, Volume 17, N° 1, Mars 2021, Université Abou Bekr Belkaid de Tlemcen, PP 286 – 297.
 - OCDE. (2004), « Promouvoir l'entrepreneuriat et les PME innovantes dans une économie mondialisée : Vers une mondialisation plus responsable et mieux partagée »; La 2^{ème} conférence de l'OCDE des ministres en charge des petites et moyennes entreprises ; Istanbul, Turquie 3-5 juin 2004.
 - Redouane, A. (2021). « La promotion de la PME et de l'entrepreneuriat en Algérie : deux décennies d'efforts pour quels résultats ? », Les Cahiers du MECAS, Volume 17, N° 1, Mars 2021, Université Abou Bekr Belkaid de Tlemcen, PP 242 – 254.
 - Samout, A. & Mokhefi, A. (2017). « Dynamique entrepreneuriale force du succès des mécanismes d'aide des petites et moyennes entreprises », Les Cahier du Cread, Volume 33, N° 122, 2017, PP 5 – 28.
 - Verstaete, T. (2000). « Histoire d'entreprendre : Les réalités de l'entrepreneuriat », Editions Management et Société, Paris 2000

Comment citer cet article par la méthode APA:

Abdenour MOULOUD (2022), **Repenser la politique publique en faveur de la Pme en Algérie - Etude exploratoire des contraintes liées à l'entrepreneuriat**, Revue Algérienne de Développement Économique, Volume 09 (numéro 01), Algérie : Université Kasdi Marbah Ouargla, pp.313-330.



Les droits d'auteur de tous les articles publiés dans cette revue sont conservés par les auteurs concernés conformément à la licence **Creative Commons Paternité-Pas d'utilisation commerciale - Pas de dérivation 4.0 International** (CC BY-NC 4.0).

Revue Algérienne de Développement Économique sous licence **Creative Commons Creative Commons Attribution – Pas d'utilisation commerciale - Prevention de derivation 4.0 International** (CC BY-NC 4.0).



The copyrights of all papers published in this journal are retained by the respective authors as per the **Creative Commons Attribution License**.
Algerian Review of Economic Development is licensed under a **Creative Commons Attribution-Non Commercial license** (CC BY-NC 4.0).