

La politique publique en faveur de l'entrepreneuriat et de la Pme en Algérie. Les craintes et les attentes des candidats entrepreneurs

Public policy in favor of entrepreneurship and Smes in Algeria. The fears and expectations of candidate entrepreneurs.

MOULOUD Abdenour¹

Enseignant-chercheur, Doctorant en Economie
Chargé de recherches au Laboratoire d'Economie et Développement
Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de
Gestion – Université Abderrahmane Mira de Bejaia
mouloudabdenour@yahoo.fr

Date de soumission : 26/02/2021 / Date d'acceptation : 21 /03/2021

Résumé :

Les Pme constituent un enjeu économique et social fondamental, elles fournissent plus de 90% des emplois, elles produisent les biens et services nécessaires pour subvenir aux besoins des populations et elles sont la principale source des recettes fiscales.

En Algérie, les jeunes initiateurs de projets se heurtent à plusieurs contraintes socio-économique, d'où la nécessité d'une politique publique de soutien et d'accompagnement.

Ainsi, l'objectif de notre contribution est d'identifier les obstacles auxquels se heurtent les jeunes initiateurs de projets, et ce, à travers l'analyse des résultats d'une enquête menée auprès d'un échantillon de 70 candidats entrepreneurs issues de la wilaya de Bejaia.

Mots- clés : Pme, entrepreneuriat, candidat entrepreneur, politique publique.

Code JEL : D02, E61, H1, O38

Abstract :

Smes are a fundamental economic and social challenge, they provide more than 90% of jobs, they produce the goods and services necessary to meet the needs of the population and they are the main source of tax revenues.

In Algeria, young project initiators face several socio-economic constraints, hence the need for a public policy of support and assistance.

Thus, the objective of our contribution is to identify the obstacles faced by young project initiators, through the analysis of the results of a survey conducted among a sample of 70 candidate entrepreneurs from the wilaya of Bejaia.

Keywords : Sme, entrepreneurship, entrepreneurial candidate, public policy.

Jel Classification Codes : D02, E61, H1, O38

¹ **Auteur Correspondant :** MOULOUD Abdenour. **E-Mail :** mouloudabdenour@yahoo.fr

Introduction :

Le passage vers l'économie de marché est un chemin de croix surtout pour un pays comme l'Algérie qui a tenté de grandir à l'ombre du socialisme². L'engagement résolu du pays dans la voie du libéralisme a libéré les énergies entrepreneuriales, et une forte dynamique économique s'est enclenchée se caractérisant par un développement des Pme dans un cadre encore en transformation. L'émergence d'une culture entrepreneuriale s'est avérée difficile, du fait que la propriété privée était auparavant vue comme un symbole du capitalisme colonial. Ceci s'est traduit dans les faits par de multiples obstacles auxquels sont confrontées les jeunes Pme, qui évoluent encore dans un environnement particulièrement turbulent, notamment à cause d'une transition encore inachevée et d'une intégration rapide dans l'économie mondiale.

Les pouvoirs publics reconnaissent de plus en plus que le développement économique et social ne peut se réaliser sans création d'activités économiques, et sans rapports durables entre les activités et les individus. L'entrepreneuriat constitue un enjeu économique et social fondamental, vu sa contribution potentielle à la réduction de la pauvreté et à l'octroi de nouveaux moyens aux catégories défavorisées. Élément essentiel et tangible de la dynamique du développement, la création d'entreprise constitue le moteur du renouvellement du tissu économique, de la création d'emplois, de la stimulation de l'esprit d'entreprise, de la créativité et de l'innovation.

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 soutien³. 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.

Dans l'acte créateur de l'entreprise, les sciences économiques nous enseignent que pour passer de la phase incubative du projet à la décision d'investir, tout entrepreneur évolue au préalable dans l'environnement dans lequel il sera appelé à opérer. De même, dans la phase opérationnelle de l'entreprise, la qualité de la gestion d'une entreprise ne se mesure pas uniquement à son bon fonctionnement interne mais également à la relation qu'elle entretient avec cet environnement dans toutes ses dimensions.

En Algérie, le problème de la promotion 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 porteurs de projets. Si le premier terme relève des pouvoirs publics, le second relève de l'entrepreneur lui-même et de son environnement social.

² CNES. (2002), «Pour une politique de développement de la PME en Algérie».

³ 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

1. Le candidat entrepreneur et son environnement

De nombreuses études ont été consacrées aux outils et à l'environnement favorable au processus entrepreneurial, car le bon fonctionnement de l'entreprise dépend de l'état de santé de son environnement.

Plusieurs définitions coexistent pour la notion d'environnement, les sciences de gestion et les théories d'organisation, définissent l'environnement comme l'ensemble des forces, des décisions et des contraintes externes à l'entreprise, qui ne sont pas créées par elle, mais qui sont de nature à influencer son activité et son évolution. Certains auteurs font référence à la notion de «*contrôlabilité*» pour définir l'environnement, ce dernier est alors considéré comme l'ensemble des «*événements et éléments*» sur lesquels l'entrepreneur candidat n'a aucun degré de contrôle mais qui sont susceptibles d'avoir sur lui une influence actuelle ou future. On distingue ainsi trois niveaux dans l'environnement de l'entrepreneur candidat: Le macro-environnement, le micro-environnement et enfin son environnement personnel.

- **Le macro-environnement** : Nous avons affaire ici à des facteurs généraux susceptibles d'influer sur le devenir de l'entrepreneur. Le macro-environnement est constitué de diverses caractéristiques de la société dans laquelle oeuvre le candidat entrepreneur et qui sont susceptibles d'influencer sa stratégie.
- **Le micro-environnement** : Il est constitué de l'ensemble des partenaires directs du candidat entrepreneur et il correspond à tout individu, tout groupe, entité ou institution, à priori intéressés par lui et influençant son devenir. Il s'agit des acteurs dont le jeune initiateur de projet dépend en permanence pour la survie de sa future entreprise (employés, segment de clientèle, fournisseurs, distributeurs, actionnaires, banquier, etc.).
- **L'environnement personnel et le capital social de l'entrepreneur** : On ne dira jamais assez à quel point le capital social⁴ de l'entrepreneur (ou du candidat entrepreneur), sa famille, ses amis, ses relations personnelles et professionnelles, jouent un rôle important avant, pendant et après l'acte d'entreprendre.

Un environnement favorable est nécessaire pour le décollage des jeunes Pme, car ces dernières courent systématiquement le plus grand risque d'Échec. Cela est dû au fait qu'elles ont moins d'expérience et moins de capital social.⁵

2. L'échantillon de l'enquête et ses principales caractéristiques.

Notre enquête s'inscrit dans une étude sur l'intention entrepreneuriale des initiateurs de projets et les entraves qu'ils rencontrent. En l'absence d'une base de sondage des personnes que nous désirons enquêter, nous avons choisi une stratégie d'échantillonnage dite «*effet boule de neige ou chaîne*», qui consiste à identifier des cas grâce à des personnes qui connaissent d'autres personnes qui connaissent des cas riches en information⁶.

⁴ Bourdieu, P. (1980), « *Le capital social: notes provisoires* », Actes de la recherche en sciences sociales, n° 31.

⁵ 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, p 109.

⁶ MILES, M., HUBERMAN, A. (2005), « Analyse des données qualitatives », 2^{ème} édition française, Editions De Boeck Université, Bruxelles, p 60.

Notre enquête a touché 70 candidats entrepreneurs, leur moyenne d'âge est de 28 ans, avec un maximum de 34 ans et un minimum de 24. Quant au genre et à la situation matrimoniale, notre échantillon est composé de 44 personnes, soit 63% de sexe masculin (dont une personne mariée) et de 26 personnes, soit 37% de sexe féminin (dont trois personnes mariées).

Autres caractéristiques de notre échantillon, toutes les personnes que nous avons interrogées possèdent un diplôme, 80% de nature universitaire et 20% des centres de formation professionnelle et d'apprentissage (CFPA). Sur les 56 diplômés universitaires de notre échantillon, on dénombre 24 licenciés, 4 ingénieurs, 22 DES (Diplôme d'Etudes Supérieures) et enfin 6 post-graduants.

3. Résultats de l'enquête et discussion

Pour notre contribution, nous allons exploiter un des axes du questionnaire qui nous renseigne sur « Les candidats entrepreneurs : Leur degrés d'information, leurs craintes et leurs attentes des pouvoirs publics ».

31. Les dispositifs publics vus par les jeunes initiateurs de projets

Il s'agit dans ce point, d'analyser la relation qui existe entre les jeunes initiateurs de projets et les dispositifs publics d'aide à la création d'entreprises. L'une de nos premières constatations au moment de notre enquête, est le sentiment de méfiance qui s'est instauré chez les personnes interrogées à l'égard de ces dispositifs publics, sachant que ces personnes sont dans le besoin de cette aide publique, car 91% d'entre eux affirment ne pas avoir de moyens propres pour un montage personnel de leur projet.

Sur les 70 personnes que nous avons interrogées, 100% déclarent être informés des dispositifs publics d'aide à la création d'entreprises qui existent en Algérie, surtout les deux dispositifs qui conviennent à leurs exigences, l'Ansej et l'Angem, mais seulement 46% déclarent être bien informés sur les avantages accordés, les formules de financement (montage financier) et les modalités de remboursement dans le cadre de ces dispositifs.

Il ressort aussi des résultats de notre enquête, que 60% des personnes questionnées déclarent avoir essayé à un moment de bénéficier de l'un de ces dispositifs. Et au vu de l'accueil qui leur a été réservé lors de leur visite à ces structures, la plupart estiment ne pas s'être vraiment bien accueillis, conseillés, orientés ou informés par les agents d'accueil et d'orientation de l'agence.

Enfin sur une question relative à leur vision à l'égard de ces dispositifs, 69% s'estiment méfiants quant à la politique de l'Etat dans ses encouragements à la création d'entreprises, surtout chez les jeunes diplômés. Selon leurs affirmations, parmi les faiblesses de ces dispositifs, on peut citer :

- Le manque ou l'inexistence d'une politique de vulgarisation et de sensibilisation surtout auprès de futurs diplômés des universités et des centres de formation,
- Le manque d'informations, de conseils et d'orientations mis à la disposition des porteurs de projets par les structures locales de ces dispositifs,
- Le non suivi du dossier, une fois jugé éligible et transmis à la banque, où cette dernière le met en instance pour une longue période indéterminée, car il suffit de faire le calcul entre les dossiers jugés éligibles et ceux financés par les banques, et ce, en dépit des consignes de la tutelle, ordonnant toutes les banques publiques à procéder au financement des projets jugés éligibles, ce

qui pousse ces porteurs de projets à partir à la conquête de relations informelles pour se voir enfin financés par l'institution bancaire,

- Le manque d'expertise dans l'étude technico-économique des projets par les chargés d'études de ces structures,
- Et enfin, toujours d'après les affirmations des personnes que nous avons interrogées, ils reprochent à ces dispositifs publics de ne pas accompagner sur le terrain les initiateurs de projets au démarrage de leur activité et de ne se soucier que du remboursement des crédits.

Ces dispositifs publics doivent jouer un rôle de facilitateur, pas que sur le plan administratif, mais des lieux qui offrent, en plus d'un espace de travail à prix réduit, de multiples services et avantages aux jeunes entrepreneurs, souvent nommés les « pépins ». Elles fournissent ainsi l'accès à des outils et méthodes pour mieux tirer parti de l'environnement et permettre l'ouverture d'esprit des pépins.⁷

32. Le degré d'information des jeunes initiateurs de projets

Toujours selon les résultats de notre enquête, 57% des personnes interrogées désirent investir dans la branche services, 20% dans l'industrie, 11% dans le bâtiment et travaux publics, 6% dans l'agriculture en enfin 6% dans l'artisanat.

Ce que nous avons constaté au cours de nos entrevues avec ces jeunes initiateurs de projets, est leur manque d'informations sur le créneau de leur choix. En effet, 64% affirment leur totale ignorance des données clés du secteur dans lequel ils veulent investir (Si le marché est porteur ou pas ? S'il est concurrentiel ? Comment s'approvisionner ? Comment commercialiser ?), un grand nombre d'interrogations auxquelles ils ne trouvent pas de réponses. Car lorsque l'entrepreneur décide d'exploiter une opportunité, il doit faire face à des contraintes liées à un haut degré d'incertitude et à une grande ambiguïté. Il va devoir chercher des solutions à des problèmes non encore parfaitement définis, trouver des applications à des idées non totalement développées et explorer des débouchés commerciaux pour des concepts encore très flous⁸. D'où la nécessité de mettre à la disposition des jeunes porteurs de projets, une banque de données, où ils trouvent tout ce qui est relatif au créneau de leur choix (opportunités d'investissement, clients, fournisseurs,...).

Le manque ou l'inexistence de données, est l'un des faits saillants de la première étape de la création d'une entreprise, qui est *l'initiation ou l'idée du projet*, et qui consiste à l'identification de l'occasion d'affaires et la réflexion et le développement de l'idée d'affaires. Dans l'indisponibilité de ces données, les porteurs de projets seront dans l'obligation d'aller chercher l'information ailleurs, soit chez un cabinet privée de conseils, chose qui n'existe pas en Algérie, soit auprès d'une *Organisation Non Gouvernementale (ONG)*, une activité qui n'est pas encore développé dans notre pays. Donc il ne reste qu'un seul repère, c'est bien leurs aînés dans le domaine des investissements.

A ce titre, on a aussi constaté l'absence d'un cadre d'échange entre les jeunes initiateurs de projets eux-mêmes d'une part, et entre ces derniers et leurs aînés d'autre part. Du moins, c'est ce que nous révèle notre enquête, car 69% des

⁷ 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, page 111.

⁸ 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, p 84.

personnes interrogées estiment n'avoir jamais demandé l'avis des anciens entrepreneurs opérant dans le secteur de leur choix. Selon leurs dires, ce serait une perte de temps, pour la simple raison que leurs avis seraient démotivants, dans la mesure où un concurrent de plus pour lui est synonyme d'un bénéficiaire en moins.

Nous avons vérifié cette thèse chez les personnes ayant consulté leurs aînés, 55% déclarent avoir eu le sentiment de ne pas avoir été les bienvenus dans le groupe, car leurs avis ont été non seulement démotivants mais ils poussent à renoncer carrément à l'idée de création de l'entreprise. Un avis d'après eux, qui prend seulement en considération les risques et les inconvénients de l'activité et non pas les avantages de cette dernière.

Tout compte fait, si l'Etat ne les encourage pas et si leurs aînés dans l'activité les démotivent, leur entourage est la seule et unique source d'énergie qui leur reste. Pour se ressourcer, il faut qu'ils aillent donc demander de l'aide auprès de leurs familles, mais nous verrons que ce n'est pas le cas de tout le monde. Pour les personnes de sexe féminin, elles déclarent que la consultation de leurs familles est un passage obligatoire, un grand paramètre à prendre en considération dès la première étape de leurs projets. Par contre pour les personnes de sexe masculin, certains déclarent que la consultation de leur famille n'est pas obligatoire, le tableau 1, illustre cette consultation pour les deux genres :

Tableau 1 : Les personnes ayant demandé l'avis de leurs familles

Sexe	Oui	Non	Total
Masculin	30	14	44
Féminin	22	4	26
Total	52	18	70
%	74%	26%	100%

Source : Résultats de l'enquête

D'après les résultats de notre enquête, 32% des personnes interrogées de sexe masculin, soit sept (14) personnes, déclarent n'avoir jamais demandé l'avis de leurs familles, un avis qu'ils estiment sans influence. Par contre, 85% des personnes de sexe féminin, déclarent avoir consulté leurs proches, parents et frères pour les unes et conjoint pour les autres. En totalité, c'est près de trois quarts des personnes enquêtées qui affirment avoir demandé l'avis de leurs familles, un avis qui n'est pas forcément motivant pour l'ensemble, c'est ce que nous illustre le tableau 2 :

Tableau 2 : Les personnes ayant demandé l'avis de leurs familles

Sexe	Motivants	Démotivants	*NPC	Total
Masculin	26	4	14	44
Féminin	8	14	4	26
Total	34	18	18	70
%	49%	26%	26%	100%

Source : Résultats de l'enquête

Note : *NPC : Ne sont Pas Concernés (Personnes n'ayant pas demandé l'avis de leur entourage)

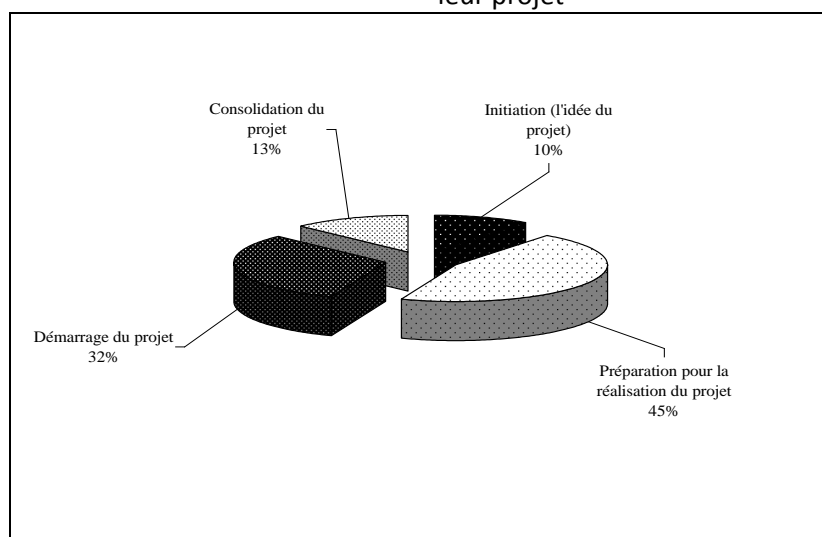
La lecture tableau 2, nous renvoie à conclure que l'entrepreneuriat féminin est encore mal perçu dans notre société. L'avis de la famille, est une des contraintes très sévère à laquelle doit faire face toute femme désirant entreprendre, du moins, c'est ce que nous renseignent les résultats de notre enquête. En effet, sur les 22 personnes ayant demandé l'avis de leurs entourages, quatorze (14) d'entre elles déclarent que leurs parents et frères les ont démotivés dans leurs projets, par crainte d'échec ou de mésaventure, projet qui, selon elles, reste en instance, dans le souhait de le relancer dans le futur avec le soutien de leurs conjoints.

Quant aux personnes interrogées de sexe masculin, sur les trente (30) ayant demandé l'avis de leurs parents et frères, ils déclarent que ces derniers leur ont été d'un grand soutien moral d'abord et financier si le projet avait abouti. Enfin, dans l'ensemble et sans prendre en considération le genre des enquêtés, près de la moitié, soit 49%, estiment que leur seule source d'énergie à entreprendre est bien leur entourage familial.

33. Quelques contraintes à l'intention entrepreneuriale

Dans ce dernier point d'analyse des résultats de notre enquête, nous tenterons d'énumérer les contraintes auxquelles se heurtent les jeunes initiateurs de projets et enfin par quels mécanismes l'Etat ou la société civile, peuvent leur venir en aide. Mais avant cela, nous verrons, toujours selon leur expérience, quelles sont les étapes de la réalisation de leur projet où ils trouvent plus de difficultés. C'est ce que nous illustre la figure 1 :

Figure 1 : Répartition des contraintes des jeunes promoteurs sur les 4 étapes de leur projet



Source : Résultats de l'enquête

Lorsque nous avons confectionné notre questionnaire, nous avons réparti le processus de création d'une entreprise en quatre étapes, comme suit :

Étape 1 (l'idée du projet) : Il s'agit dans cette première étape, de rechercher de l'idée du projet à travers :

- L'observation de la vie quotidienne pour connaître les besoins des gens et de quelle manière ils les satisfont ;
- La visite des salons et des foires ;
- La consultation des catalogues ;
- La discussion avec les fabricants et les utilisateurs des produits et des services.

Après avoir eu l'idée du projet, on passe à sa validation à travers :

- L'analyse des motivations, savoir-faire, compétences et contraintes professionnelles ;
- La connaissance des forces et des faiblesses des concurrents ainsi que leur manière de fabriquer et de vendre leurs produits.

Selon les résultats de notre enquête, cette première étape, représente à elle seule une moyenne de 10% de l'ensemble de contraintes des personnes interrogées. En effet, selon leurs déclarations, les obstacles de cette étape sont

- L'absence de données économiques (banque de données) sur le secteur de leur choix ;
- La non collaboration de leurs aînés dans le recueillement d'informations nécessaires ;
- Un esprit d'entreprise plus au moins faible.

Ce sont ces trois raisons parmi d'autres qui handicapent les jeunes initiateurs de projets dans la prise de leur décision d'investir et sa validation.

Étape 2 (Préparation pour la réalisation du projet) : Dans cette deuxième étape, on se prépare à la réalisation du projet, il s'agit de :

- La mobilisation des ressources
- La mise en place des financements ;
- L'acquisition et l'installation des équipements ;
- Constitution de l'équipe entrepreneuriale.

Cette deuxième étape, est la plus délicate selon les personnes interrogées, car elle représente en moyenne 45% de l'ensemble de leurs contraintes et près de la moitié du parcours. Deux obstacles font la particularité de cette seconde étape, il s'agit d'abord du montage financier de leurs projets, face à des banques publiques souvent réticentes et trop longues dans le traitement des dossiers, et une lourde administration publique, caractérisée par la bureaucratie, qui impose un grand nombre de démarches pour créer une entreprise. A ces deux obstacles, s'ajoute celui rencontré par les jeunes initiateurs de projets dans le cadre de l'un des dispositifs publics d'aide à la création d'entreprise, à savoir peu d'orientation, peu d'expertise dans l'étude technico-économique de leurs projet et enfin le non-suivi de leur dossier une fois transmis à la banque pour un long séjour parfois sans suite.

Étape 3 (Le démarrage du projet) : Il s'agit d'une étape cruciale, car l'entreprise va être confrontée aux réalités de l'environnement, il s'agit de :

- L'enregistrement juridique de l'entreprise
- L'engagement à temps plein dans le projet
- L'aménagement des installations et des équipements
- Le développement du premier produit ou service
- L'embauche des employés
- La réalisation des premières ventes.

Quant à la troisième étape, elle aussi, cruciale dans tout processus entrepreneurial, représente une moyenne de 32% de l'ensemble des contraintes des personnes interrogées. Selon leurs déclarations, l'accompagnement de la part de l'Etat ou d'une ONG serait d'un apport considérable, il leur permettra de faire leurs premiers pas dans le monde des affaires sans erreurs.

Les candidats entrepreneurs que nous avons interrogé, ont exprimé leurs attentes quant aux nouvelles mesures prises par les pouvoirs publics avec la création des structures d'incubation, des structures qui leur permettront « la mise en mouvement » au sein de l'écosystème entrepreneurial, un espace d'incubation avec des accompagnateurs internes et des rencontres avec des experts externes⁹,

⁹ 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.

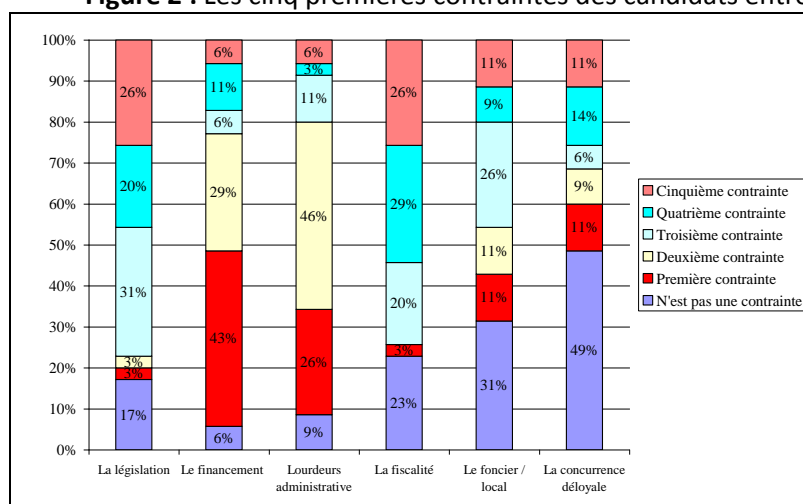
Étape 4 (la consolidation du projet) : La première vente du produit ou du service marque l'entrée de l'entreprise dans une nouvelle étape que nous avons appelée « consolidation », étape souvent traitée dans les écrits comme étant celle du « post-démarrage » ou du « développement »⁶, il s'agit de :

- Réaliser des activités de promotion ou de marketing
- Vendre à grandes quantités
- Atteindre le seuil de rentabilité
- Gestion et planification formelle

Enfin une quatrième et dernière étape, bien que les personnes interrogées estiment qu'ils ne sont pas les mieux placés pour la juger, mais selon leur situation actuelle, ils déclarent que cette étape représente une moyenne de 13% de l'ensemble de leurs contraintes. Selon leurs dires, l'une des plus grandes contraintes de cette dernière étape est certainement la persistance des lourdeurs administratives et les problèmes de refinancement.

Toujours à propos des obstacles auxquels se heurtent les jeunes initiateurs de projet et sur une question relative aux cinq premières contraintes des personnes interrogées, leurs réponses sont illustrées par la figure 2 :

Figure 2 : Les cinq premières contraintes des candidats entrepreneurs



Source : Résultats de l'enquête

D'après la figure 2 on peut retenir deux remarques relatives aux contraintes auxquelles se heurtent les personnes que nous avons interrogé, il s'agit de :

- *La contrainte du financement* : Celle-ci est classée première par 42% des personnes enquêtées et par 29% comme seconde.
- *La contrainte administrative* : Il s'agit des entraves liées aux lourdeurs administratives, elle est évaluée par 26% des personnes rencontrés comme première contrainte et par 46% comme seconde.

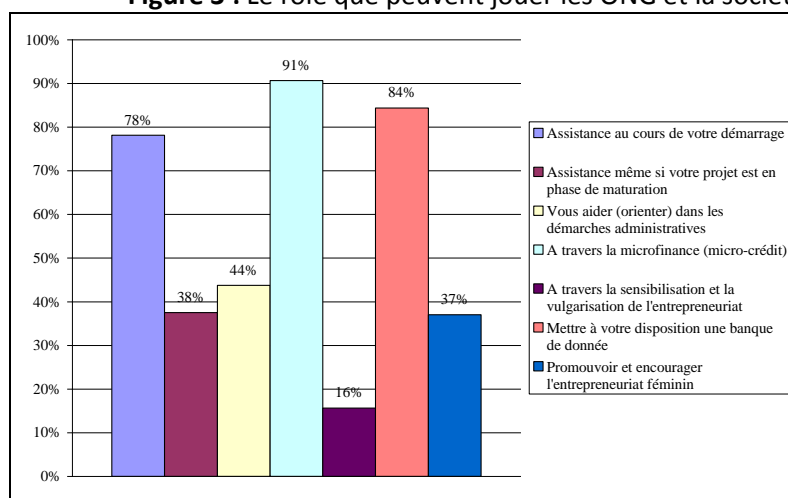
A noter aussi que le foncier et/ou les locaux à usage commercial et la concurrence déloyale, représentent respectivement la première contrainte pour 11% des personnes questionnées et enfin pour la législation et la fiscalité, ils sont troisième

⁶ FILION, LJ. (2006), « Étude du processus de création d'entreprises structuré en quatre étapes », 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.

au podium des contraintes, respectivement par 31% et 20% des personnes enquêtées.

Enfin, sur une question relative au rôle que peuvent jouer les ONG et la société civile en général dans leur contribution à la réussite du processus de création d'entreprises dans toutes ces étapes, 91% des personnes que nous avons questionnés, étaient unanimes à dire que si ces organisations étaient développées en Algérie, comme dans les autres pays développés, leurs projets qui n'ont pas abouti, auraient pu voir leur jour. Quant aux mécanismes d'interventions, ils sont illustrés par la figure 3:

Figure 3 : Le rôle que peuvent jouer les ONG et la société civile



Source : Résultats de l'enquête

La figure 3 nous renseigne sur certains mécanismes d'intervention des ONG et de la société civile à travers les points suivants :

- *Assistance au cours de votre démarrage* : Sur les 70 personnes interrogées, 78% ont exprimé leur besoin d'assistance et d'accompagnement au cours du démarrage de leurs activités, un souhait exprimé aussi par les entrepreneurs rencontrés dans le cadre de notre première enquête, surtout les bénéficiaires des dispositifs Ansej et l'Angem. Dans certains pays, le parrainage permet aux jeunes initiateurs de projets de bénéficier de l'expérience de personnes expérimentées dans le domaine de l'entrepreneuriat, il peut s'agir de cadres dirigeants, d'experts comptables, d'enseignants universitaires ou d'anciens chefs d'entreprises à la retraite.
- *A travers la microfinance (micro-crédit)* : L'expérience de certains pays nous démontre que les personnes exclues du système bancaire peuvent être bancarisables et ce à travers les Institutions de Microfinance (IMF), des structures qui ne se soucient pas que du remboursement de la dette mais aussi de la réussite de la personne financée. Sur ce point, 91% des personnes interrogées estiment que les ONG et la société civile peuvent agir en développant l'activité de la microfinance.
- *Mettre à votre disposition une banque de donnée* : L'une des faiblesses de tout porteur de projet est l'inexistence de données stistico-économiques relatives aux créneaux de leurs choix, un vrai handicap pour la conception de l'idée d'entreprendre et sa validation. Selon les résultats de notre enquête, 84% des personnes questionnées, estiment qu'il est souhaitable que les mouvements

associatifs interviennent dans ce sens afin de concevoir une banque de données au service des jeunes initiateurs de projets. Dernières nouvelles, l'Etat algérien vient de créer un nouveau ministère chargé des prospectus et des statistiques économiques, à l'issue du récent remaniement gouvernemental, dans l'espoir que ce nouveau département produise une information économique fiable.

- *Promouvoir et encourager l'entrepreneuriat féminin* : Ce dernier point que nous n'avons pas prévu dans notre questionnaire, nous a été signalé par les personnes enquêtées de sexe féminin. Pour rappel, notre échantillon est composé de 37% de femmes, toutes diplômées, elles sont victime d'une société qui perçoit encore mal l'entrepreneuriat féminin. A travers l'implication de la société civile, elles espèrent que cette dernière parvienne à instaurer une culture d'entreprise chez les femmes, rurales surtout, car ces dernières regorgent de grandes potentialités.

Conclusion :

En plus du cadre informel (réseau familial, personnel, entourage...) moins encourageant, et parfois démotivant notamment pour le sexe féminin, le candidat entrepreneur en Algérie, fait face à un environnement formel contraignant sur toute la ligne du processus nécessaire à la concrétisation de son idée entrepreneuriale. Les contraintes de cet environnement se posent avec plus d'acuité dans l'étape qui précède le démarrage de l'activité, en l'occurrence l'étape de la préparation pour la réalisation du projet (mobilisation des différentes ressources nécessaires, financières, techniques, humaines,...) ; la nature des contraintes liées à cette étape tient aussi bien au difficile accès au financement bancaire (réticence, lenteur,...des banques), qu'aux lourdeurs administratives dans le traitement des dossier et à la longue démarche administrative imposée pour l'enregistrement au registre du commerce. Ces mêmes contraintes accompagnent l'initiateur de projet sur tout le reste de son parcours, voire même au cours du développement de son entreprise.

Ceci étant, la volonté des pouvoirs publics, exprimée à travers les différents dispositifs d'aide, s'avère insuffisante ou moins efficace ; car les jeunes initiateurs de projet éprouvent des difficultés réelles à en bénéficier, au point d'en développer un sentiment de méfiance. L'insuffisance et l'inefficacité des dispositifs publics en place s'expriment à travers le non suivi ou la lenteur dans le traitement des demandes, poussant les concernés à opter pour les relations informelles, l'absence de l'accompagnement sur le terrain, l'absence d'une banque de données sur les tendances et les caractéristiques des marchés à investir (aggravé par l'absence de cabinets privés de conseil ou les ONG spécialisés),...A moins que les pouvoirs publics se donnent d'atténuer ces contraintes, leur effort en l'état actuel ne saurait donner de l'impulsion à l'essor de l'entrepreneuriat.

Bibliographie :

- CNES. (2002), «Pour une politique de développement de la PME en Algérie».
- Bourdieu, P. (1980), « Le capital social: notes provisoires », Actes de la recherche en sciences sociales, n° 31.
- Fillion, L.J. (2006), « Étude du processus de création d'entreprises structuré en quatre étapes », 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- Miles, M., Huberman, A. (2005), « Analyse des données qualitatives », 2^{ème} édition française, Editions De Boeck Université, Bruxelles.
- 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.