
Les préalables à l'émergence d'une « véritable » dynamique entrepreneuriale en Algérie

The prerequisites for the emergence of a "genuine" entrepreneurial dynamic in Algeria

* Boughidene Rachid

Université A. Mira de Bejaia- Algérie
rachid.boughidene@univ-bejaia.dz

Reçu le:09/01/2023

Accepté le:31/03/2023

Publié le: 30/04/2023

Résumé:

La présente étude cherche à identifier les facteurs d'entrave au développement d'un véritable entrepreneuriat en Algérie. Le constat étant que le nombre de PME en Algérie est en nette augmentation mais reste insuffisant. Dans l'immédiat, plutôt que de chercher à inciter le maximum d'individus à devenir entrepreneur, plutôt se concentrer sur les personnes, qui portent des projets capables d'impacter leur environnement. Il est impératif de mobiliser les ressources nécessaires et d'orienter les efforts vers la création d'une culture entrepreneuriale riche et d'un climat sain pour les affaires.

Mots Clés : Entreprenariat, PME, Ecosystème, Actions publiques

Code de Classification JEL : M13

Abstract:

This study attempts to identify the factors hindering the development of a real entrepreneurship in Algeria. The observation is that the number of SMEs in Algeria is clearly increasing but remains insufficient. In the immediate future, rather than trying to encourage as many individuals as possible to become entrepreneurs, we should focus on people who have projects capable of impacting their environment. It is imperative to mobilize the necessary resources and direct efforts towards creating a rich entrepreneurial culture and a healthy business climate.

Key words: Entrepreneurship, SMEs, Ecosystem, Public actions.

JEL classification codes: M13

1. Introduction

L'idée de promouvoir l'entrepreneuriat en Algérie remonte aux années 1990 lorsque les pouvoirs publics ont tenté de résorber le chômage en incitant les demandeurs d'emploi à créer des entreprises. Pour les soutenir dans cette aventure, l'Etat introduit une panoplie d'instruments et de structures. Ces efforts semblent avoir payé au vu de l'évolution remarquable de l'activité entrepreneuriale si on se fie uniquement au nombre d'entreprises lancées. La population des PME est en effet passée de quelques 25 000 au milieu des années 1990 à 1 286 365 en 2021 (Ministère de l'Industrie, 2021). Le verdict est autre lorsqu'on se penche sur des indicateurs tels que le type d'entrepreneurs dominants, la nature des activités qu'ils privilégient, la pérennité des entreprises créées et leur contribution à la croissance. La présente étude cherche à identifier les facteurs d'entrave au développement d'un véritable entrepreneuriat capable d'insuffler dynamisme et vivacité dans l'économie algérienne et aider à la tirer de son atonie. Nous traiterons de cette problématique en quatre points. Nous aborderons d'abord brièvement les développements théoriques autour de l'entrepreneur et l'écosystème entrepreneurial, deux concepts clés du champ de l'entrepreneuriat. Nous ferons ensuite un état des lieux de l'entrepreneuriat en Algérie. Puis, nous nous intéresserons au contexte dans lequel naissent et évoluent les entreprises algériennes. Pour clore l'étude, nous ébauchons à grands traits une approche à même d'initier une vraie dynamique entrepreneuriale dans le pays.

2. Revue de littérature

Une abondante littérature pluridisciplinaire est consacrée à l'entrepreneur, ses caractéristiques, ses motivations et ses actions depuis les années 1980. Pour sa part, le concept d'écosystème entrepreneurial a suscité l'intérêt des chercheurs à partir des années 2000. Nous présentons dans cette section une brève revue de cette littérature en privilégiant les travaux relevant du domaine de l'économie.

2.1. De l'entrepreneur

Un parcours rapide de la littérature permet de tirer deux enseignements à propos de l'entrepreneur. D'abord si cet acteur clé du capitalisme n'est devenu l'objet d'intérêt et d'étude qu'à partir des années 1980, le vocable est ancien. Il semblerait qu'il soit apparu au 16^e siècle dans un ouvrage de Savary intitulé *le parfait négociant*.

Ensuite, il n'existe pas de définition unique de l'entrepreneur qui fasse l'unanimité parmi tous les chercheurs car ce personnage témoin des changements socio-culturels, économiques, politiques et technologiques qui ont jalonné le monde occidental, développe sans cesse de nouvelles attitudes et aptitudes afin de s'y adapter (Tounes & Fayolle, 2006). Sa fonction change également au gré des transformations de son environnement, ce qui impose de le conceptualiser à partir des faits et de la pratique et le saisir dans son environnement et son contexte (Tounes, 2004). Les chercheurs s'arrêtent donc habituellement aux périodes charnières de l'évolution du capitalisme pour tenter de cerner la personnalité de cet acteur.

Au début du 17^e siècle, Cantillon présente l'entrepreneur comme un agent qui se charge des activités à risques que sont la production et le commerce. Il doit acquérir les ressources nécessaires à la production à des prix connus, mais il lui est difficile de connaître les prix exacts auxquels il peut vendre ses produits et donc les revenus qu'il peut en espérer. De même, s'il achète des produits dans une région pour les revendre dans une autre région, il ne peut pas savoir avec certitude le prix qu'il pourra en tirer. Ces risques liés aux activités de production et de commerce s'expliquent par le fonctionnement du marché et les fluctuations des prix qui le caractérisent (Laurent, 2012). L'entrepreneur se sert de son expérience pour apprécier l'état du marché avant de fixer un niveau des prix qui soit acceptable pour ses clients tout en étant avantageux pour lui.

De tous les économistes classiques, J-B Say est incontestablement celui qui a montré le plus d'intérêt pour l'entrepreneur et semble lui vouer une importance capitale. Il estime que le bien-être d'un pays repose sur le dynamisme de ses entrepreneurs et de sa population active. Dans la conception de Say, l'entrepreneur est différent du capitaliste ; sa fonction consiste à organiser et diriger la production et assumer le risque qui en découle. Il le présente dans son *Traité d'économie politique* comme celui qui *entreprend de créer pour son compte, à son profit et à ses risques, un produit quelconque*. Cette fonction qui revient à réunir les facteurs de production et les combiner de la façon la plus optimale pour créer des produits, est un point crucial dans le processus économique.

Au 20^e, Schumpeter met en avant l'importance des entrepreneurs pour la dynamique du système capitaliste et les considère comme son élément actif grâce aux *nouvelles combinaisons* qu'ils exécutent (Schumpeter, 1935). Ce faisant, et à l'opposé de l'agent

organisateur de Say, l'entrepreneur devient un perturbateur qui remet en cause les situations établies par son travail d'innovation. Il est à l'origine de la destruction créatrice, ce *processus de mutation industrielle [...] qui révolutionne incessamment de l'intérieur la structure économique, en détruisant continuellement ses éléments vieillis et en créant continuellement des éléments neufs* (Schumpeter, 1942). Cette activité d'innovation constitue une source essentielle de l'évolution de l'économie capitaliste.

Pour (Kirzner, 2019), l'entrepreneur est un individu qui adopte une posture de vigilance aux opportunités de profit. Il est capable de percevoir les possibilités d'échange mutuellement avantageux sur un marché que d'autres ne détectent pas. Contrairement à l'entrepreneur innovateur de Schumpeter, l'entrepreneur kirznérien n'invente rien ; il ne fait que saisir des opportunités de profit existantes qu'il a découvertes (Facchini, 2007).

Ce bref tour d'horizon théorique montre que les fonctions de l'entrepreneur se sont diversifiées au fil du temps. Depuis la fin du XX^e siècle, l'intégration économique internationale et le développement des technologies d'information et de communication ont créé de nouvelles opportunités de profits et de formes d'organisation du travail (marchés plus étendus, entreprises virtuelles, télétravail, ...). Ces événements ont également intensifié la concurrence et obligé les grandes entreprises à se restructurer, ce qui a favorisé l'apparition de nouvelles formes entrepreneuriales (essaimage, intrapreneuriat, franchise...). En outre, ceux qui initient des projets n'ont pas tous les mêmes motivations. Certains sont attirés par les gains potentiels ; d'autres agissent pour s'assurer un revenu et s'insérer dans la société ; d'autres encore sont tout simplement guidés par l'altruisme (entreprises sociales et solidaires). Cette multiplication des figures de l'entrepreneur et de ses activités est devenue un terrain fertile pour les travaux théoriques comme le souligne (Pozen, 2007) « *Theories of entrepreneurship abound, but we have no completely satisfying synthetic account of the practice, and we probably never will* ».

Faute de disposer d'une définition unifiée de l'entrepreneur, certains chercheurs se sont attelés à élaborer des typologies de cet acteur, à l'image de (Marchesnay, 1991) qui distingue l'entrepreneur *PIC* de l'entrepreneur *CAP*. Le premier a pour objectif d'assurer la pérennité de son affaire (P) pour la transmettre à ses enfants ; il tient à rester indépendant (I) et répugnera de ce fait à ouvrir son capital. Pour lui,

la croissance n'est pas une fin en soi (C). L'entrepreneur CAP s'intéresse avant tout aux activités en croissance (C) ; il est motivé par l'autonomie (A) dans la gestion de son affaire et il est prêt à accepter des apports de capitaux extérieurs tant qu'ils ne remettent pas en cause son autonomie de gestion. Enfin, la pérennisation (P) de l'entreprise n'est pas recherchée par ce type d'entrepreneurs, à moins qu'elle permette des gains de revenus importants. Pour sa part, (Hernandez, 2006) qui reprend (Letowski, 1992) oppose l'entrepreneur mu par la logique d'esprit d'entreprise à celui motivé par celle de l'insertion sociale. Le premier démarre une entreprise avec l'ambition de la faire grandir, va à la conquête de nouveaux marchés, ... alors que le second devient entrepreneur par nécessité ; il initie une entreprise faute d'un emploi salarié et se montre satisfait si son activité lui permet de vivre correctement.

Ce passage par la personne de l'entrepreneur est indispensable car tous les entrepreneurs ne se valent pas et leur apport à la croissance diffère. Créer de nombreuses entreprises ne suffit donc pas pour booster la croissance et favoriser l'emploi ; la qualité des projets et des personnes qui les portent importe plus à cet égard. D'ailleurs, l'écart de croissance entre l'Europe et les Etats-Unis est souvent mis sur le compte de la domination des PME traditionnelles dans le premier espace et l'importance des entreprises de croissance dans le second.

2.2. L'écosystème entrepreneurial : de quoi s'agit-il ?

L'approche par l'*écosystème entrepreneurial* est apparue suite à l'échec des politiques publiques qui n'ont pas pu favoriser l'émergence d'un grand nombre d'entreprises de croissance dans les pays développés (Warwick, 2013). Ainsi, le Danemark qui présente l'un des meilleurs cadres au monde pour le développement de l'activité entrepreneuriale n'est pas parvenu à renforcer sa capacité à générer un nombre suffisant d'entreprises à forte croissance (Napier, 2013). Le même constat a été fait au sujet des Pays-Bas qui se caractérisent par une dynamique entrepreneuriale appréciable mais celle-ci présente l'inconvénient d'être le fait de travailleurs indépendants et autoentrepreneurs (Stam & van de Ven, 2021). Il semblerait donc qu'un environnement favorable au lancement d'un grand nombre d'entreprises n'est pas forcément propice à l'épanouissement des entreprises orientées vers la croissance qui requièrent vraisemblablement des ressources spécifiques différentes de celles nécessitées pour la création d'entreprises (soutien financier,

fiscalité allégée ...). En outre, les études consacrées aux districts industriels, clusters et autres formes de concentrations industrielles sur un même lieu géographique montrent que les firmes évoluant au sein de ce type de territoire bénéficient de nombreuses ressources et informations qui font défaut à celles localisées dans d'autres environnements. (Porter, 1998) soutient que le cluster est soudé par un ciment social qui permet aux entreprises un accès à des actifs de grande valeur grâce aux relations personnelles, au contact direct, au sens de l'intérêt commun... En bref, il semble aujourd'hui que l'entreprise ne peut pas prospérer toute seule même si elle bénéficie de l'aide des pouvoirs publics. Pour grandir et produire un impact conséquent en termes d'emploi, de génération de richesses, de compétitivité et de prospérité du territoire sur lequel elle est localisée... elle a besoin d'autres entreprises avec lesquelles elle coopérera mais entrera également en concurrence et de s'appuyer sur les autorités locales et divers prestataires de services publics et privés. Ce rôle joué par l'environnement dans lequel naît et évolue l'entreprise devient un sujet d'intérêt pour les chercheurs à partir des années 2000 et depuis, le concept d'écosystème entrepreneurial (EE) retient aussi l'attention des politiques.

Le vocable écosystème, emprunté à la biologie, est transposé en économie par (Valdez, 1988) qui l'utilise pour expliquer que le comportement humain est la résultante de l'interaction entre l'individu et son environnement. L'auteur adopte ensuite le concept de l'*écosystème entrepreneurial* pour explorer la relation entre la création de nouvelles entreprises et l'environnement économique. (Moore, 1993) reprend l'idée de l'*écosystème entrepreneurial* et soutient que : *Les entreprises qui réussissent [...] évoluent rapidement et efficacement. Toutefois, les entreprises innovantes ne peuvent pas évoluer dans le vide (vacuum). Elles doivent attirer des ressources de toutes sortes, en captivant des capitaux, des partenaires, des fournisseurs et clients pour créer des réseaux coopératifs.* Pour leur part, (Asselineau et al., 2014) évoquent l'importance de l'environnement dans lequel se crée et évolue l'entreprise en faisant le parallèle avec le jeu chinois de *Go* dans lequel la pierre qui sert de pion ne présente aucune valeur pour le joueur lorsqu'elle est considérée toute seule ; elle devient intéressante lorsque le joueur la connecte aux pierres situées à proximité pour constituer un territoire insaisissable.

Les travaux sur l'écosystème entrepreneurial sont aujourd'hui très nombreux et les définitions qui en sont données évoquent l'interaction entre divers acteurs et facteurs. (Cohen, 2006) le présente comme *un ensemble diversifié d'acteurs interdépendants au sein d'une région géographique qui influencent la formation et l'éventuelle trajectoire de l'ensemble du groupe d'acteurs et, au fil du temps, potentiellement l'économie dans son ensemble*. Pour (Spigel, 2017), les écosystèmes sont *l'union de perspectives culturelles localisées, de réseaux sociaux, de capitaux, d'universités et de politiques économiques actives qui créent des environnements propices aux entreprises fondées sur l'innovation*. La définition de (Mason, Colin; Brown, 2014) est plus large ; l'EE est selon eux *un ensemble d'interconnexions d'acteurs entrepreneuriaux, d'organisations entrepreneuriales, d'institutions et de processus entrepreneuriaux qui fusionnent formellement et informellement pour connecter, servir de médiateur et régir la performance au sein de l'environnement entrepreneurial local*. Pour synthétiser l'apport de ces différents auteurs, nous dirons qu'EE est un ensemble d'acteurs, d'institutions et de réseaux localisés sur un territoire qui communiquent de façon formelle et informelle et agissent ensemble pour favoriser la dynamique de création d'entreprises.

Pour (D. Isenberg & Global, 2011) l'approche par l'écosystème entrepreneurial découle du constat que les sociétés qui se caractérisent par une dynamique entrepreneuriale régulière et auto-entretenu sont celles qui disposent d'écosystèmes complexes propres à elles. Puis il identifie six principales composantes (la politique publique, les marchés, les capitaux, les compétences humaines, une culture favorable et des acteurs et institutions support) qui se combinent de différentes façons pour donner lieu à des écosystèmes uniques. Tous les chercheurs mettent pratiquement en avant ces éléments constitutifs d'un EE sous forme d'une liste ou de diagramme sans toutefois donner la recette ou le processus selon lequel ils se combinent (Malecki, 2018; Spigel, 2017). Ceci constitue l'une des failles de l'approche par l'EE qui n'explique pas clairement les causes et les effets des facteurs mis en avant (Stam & Spigel, n.d.; Stam & van de Ven, 2021). Ce qu'il faut retenir au sujet des EE:

- Le leadership, la culture, les capitaux, des clients ouverts d'esprit, un Etat efficace, le capital humain... pris individuellement sont propices à l'entrepreneuriat mais ne sont pas suffisants pour le

soutenir. Mais une fois combinés, ces facteurs deviennent un puissant stimulateur de la création d'entreprise (D. J. Isenberg, 2010).

- Des facteurs et acteurs identiques peuvent se combiner de différentes façons et donner lieu à des EE différents. Chaque écosystème est donc unique et présente des caractéristiques propres qui lui sont conférées par l'espace et le milieu social et relationnel dans lequel il s'est formé.
- Certaines études (Brown & Mason, 2017) soulignent l'importance de la proximité géographique pour faciliter la formation de réseaux, la communication, l'échange de connaissances entre les acteurs au sein d'un EE. D'autres (Asselineau et al., 2014) estiment qu'elle n'est pas nécessaire aujourd'hui car les possibilités offertes par les technologies d'information et de communication ont signé *la mort de la distance*.
- Les écosystèmes partagent deux principales caractéristiques. D'abord, le potentiel entrepreneurial d'un milieu peut augmenter grâce aux différentes interventions et de changements environnementaux qui favorisent l'émergence du talent entrepreneurial ou rendent son exploitation plus efficace lorsqu'il existe déjà (Gasse, 2003). Ensuite, les EE sont spatialement délimités ; leur aire géographique peut-être une grande agglomération urbaine, une région entière, voire un pays lorsqu'il est de petite taille comme l'Estonie et les Pays-Bas (Brown & Mason, 2017; Malecki, 2018),.

Chercheurs et politiques s'accordent sur l'importance de l'écosystème entrepreneurial en tant qu'outil décisif pour créer des économies résilientes basées sur l'innovation entrepreneuriale. Cependant, l'hétérogénéité des EE rend difficile la tâche des uns et des autres. En effet, la recherche sur les écosystèmes n'a pas encore abouti à une théorie unifiée de ce phénomène. En parallèle, l'absence d'un modèle unique applicable dans tous les pays, incite les décideurs politiques à copier ce qu'ils considèrent comme des écosystèmes florissants, faisant fi des attributs économiques et culturels locaux desquels dépend leur succès (Brown & Mason, 2017; Spigel, 2017). C'est ce qu'on observe en Algérie notamment.

3. Etat des lieux de l'entrepreneuriat en Algérie

Pour découvrir la réalité de l'entrepreneuriat en Algérie, nous en avons dressé un état des lieux, en nous basant sur les données du

Ministère de l'Industrie (MI), des agences de soutien à la création d'entreprises, de l'Office National des Statistiques (ONS), d'institutions internationales et des travaux de recherche universitaires.

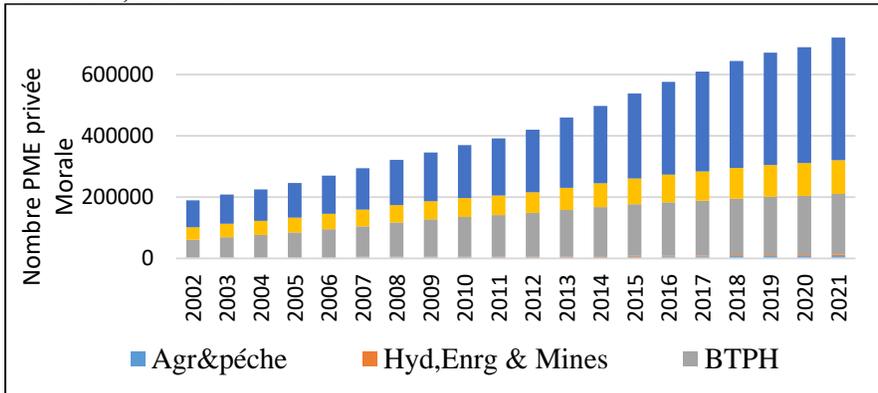
3.1. Démographie et caractéristiques de la PME algérienne

Il ressort des données récoltées à partir des rapports du Ministère de l'Industrie (2000-2022) que la population des PME s'est nettement accrue passant de quelques 25 000 au milieu des années 1990 à plus de 1 286 365 en 2021.

Cette augmentation est due à la PME privée qui a enregistré un bond de 392% entre 2001 et 2021. A l'inverse, la PME publique a perdu 71% de ses effectifs sur la même période de sorte qu'en 2021, il ne restait plus que 225 unités. C'est pourquoi nous limitons notre travail aux PME privées dont la population s'élève à 1,28 millions en 2021 dont 56% de personnes morales et 44% de personnes physiques principalement des artisans et des professions libérales.

La répartition des PME *personne morales* par secteurs d'activité (figure 1) montre la prédominance de celles activant dans le secteur des services.

Figure 1 : Répartition des PME privées (personne morale) par secteur d'activité, 2002-2021



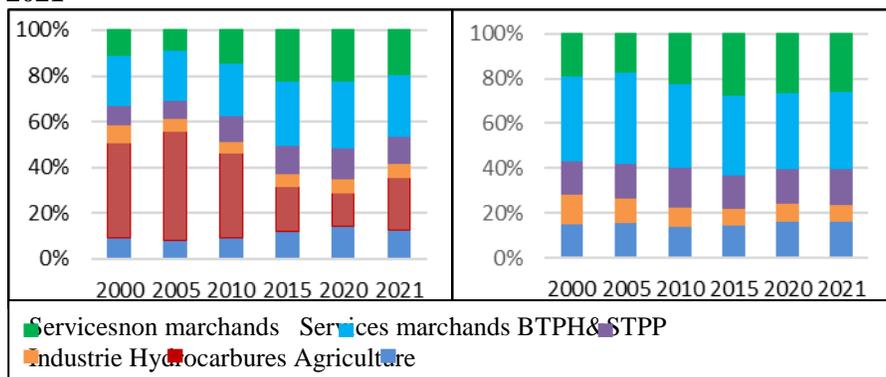
Source : construit à partir des données de rapports du MI (2000 à 2021).

Leur effectif a augmenté de 375% de 2001 à 2021 portant leur nombre de moins de 90 000 à plus de 400000 unités entre les deux dates. L'agriculture et la pêche viennent en deuxième position selon l'évolution du nombre de PME (248%), les secteurs du BTPH, de l'hydraulique et des mines voient quant à eux l'effectif de leurs unités augmenter de 202%. Les industries manufacturières semblent moins intéresser les investisseurs, avec une évolution du nombre d'entreprises de 165%.

En annulant la contribution du secteur des hydrocarbures, (graphe à droite de la figure 2, nous constatons que le secteur dominant est

celui des services marchands et non marchands avec respectivement 35% et 25%, et ce au détriment de la VA créée par le secteur industriel qui passe de 13% en 2000 à seulement 7,5% en 2021. Le reste des secteurs, Agriculture et BTPH n'ont pas connu de variations significatives et leurs contributions à la création de la VA tourne autour de 15 % chacun.

Figure 2 : Structure (%) de la Valeur Ajoutée par secteur économique. 2000-2021



Source : construit à partir des données de rapports du MI (2000 à 2021).

L'indicateur de l'évolution géographique de la PME tient compte du nombre d'entreprise créées, réactivées et radiées dans une wilaya. Il nous permet d'établir une cartographie d'implantation des PME et comprendre la logique de leur localisation. Le Nord recense les deux tiers de la population des PME avec une concentration moyenne sur la période 2002-2021 de 69,42%, suivi par les Hauts-Plateaux avec 21,83% et le Sud avec 8,75%.

Avec une densité moyenne par habitant de 24 PME/1000 habitants en 2021, l'Algérie reste en dessous des normes internationales. Cependant, la disparité territoriale se retrouve inversée pour les régions des hauts-Plateaux et du Sud. Ainsi, la densité au Nord reste la plus élevée avec 32PME/1000 habitants, mais aux Hauts-Plateaux et au Sud, elles sont de 22 et 25 respectivement.

3.2. Les instrument de la politique de promotion de l'entrepreneuriat

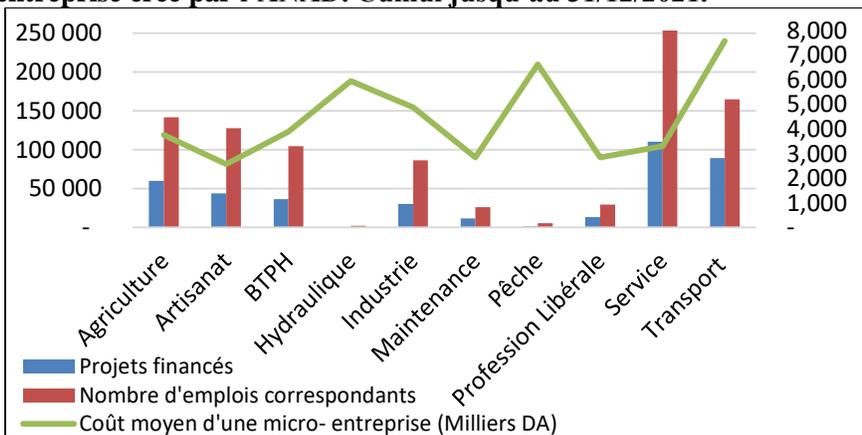
La politique de promotion de l'entrepreneuriat (*plutôt de création de n'importe quel type d'entreprises*) a pris diverses formes et continue à s'enrichir de nouveaux instruments avec le temps. Les premières mesures ont pris la forme de trois agences d'appui aux porteurs de projets (ANSEJ, ANGEM, CNAC) et d'un fond de garantie des crédits (FGAR ?). Puis l'Etat aménage des structures d'accompagnement et d'accueil des startups et des jeunes entreprises

(création du ministère des startups, Incubateur Sidi Abdellah, ...). Enfin, depuis les années 2010, il décide d'initier les étudiants à l'entrepreneuriat, organise des journées d'information sur l'entrepreneuriat et des concours des meilleurs projets, ... Ces mesures ont-elles pu atteindre leurs objectifs !

Créer pour faciliter, promouvoir et accompagner les investissements et la création d'entreprise, l'ANDI est présente dans les 58 wilayas de l'Algérie. Durant les 15 dernières années, cette agence a enregistré un montant de 50 milliards de dinars d'intention d'investissements pour une création de plus de 3 millions d'emplois. Ce qui porte le ratio investissement/emploi à une moyenne de 17,23 millions de dinars avec un pic de 117,02 en 2018.

Le dispositif ANAD (anciennement ANSEJ) est réservé aux jeunes chômeurs (19-35ans) porteurs d'idée de projet de création d'entreprise. Le cumul de projets ayant bénéficiés d'une attestation d'éligibilité jusqu'à la fin 2021 s'élève à 395 812. Par secteur d'activité (figure 3), nous constatons que le transport (marchandises et voyageurs) et les services constituent 51% du total des projets et emploi en moyenne 4 personnes. Le coût du seul emploi créer par ces deux secteurs s'élève à plus de 2,7 millions de DA.

Figure 3 : Synopsis des projets, emplois et coût moyen d'une micro-entreprise créée par l'ANAD. Cumul jusqu'au 31/12/2021.



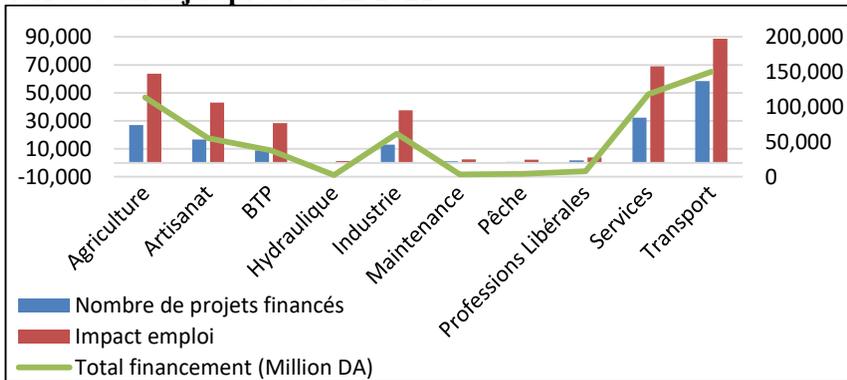
Source : établi à partir des données des rapports du MI

Axe de gauche : projets financés et nombre d'emplois correspondants.

Axe de droite : coût moyen d'une micro-entreprise en milliers DA.

Un autre dispositif mis en place depuis 2004 est la caisse nationale d'assurance chômage (CNAC). Depuis sa création jusqu'à la fin de 2021, quelques 340393 emplois ont été créés pour un financement total de 554 565 millions de DA.

Figure 4 : Synopsis des projets, emplois et financement total par la CNAC. Cumul jusqu'au 31/12/2021.



Source : établi à partir des données des rapports du MI

Axe de gauche : projets financés et nombre d'emplois correspondants.

Axe de droite : coût de financement total en milliers DA.

Le coût par emploi créée oscille entre 1,28 millions de DA l'artisanat et grimpe pour atteindre 2,09 millions de DA dans le secteur hydraulique et les professions libérales enregistrant un écart-type de 0,27 millions de DA par secteur.

3.3. Les limites de la stratégie de promotion de l'entrepreneuriat

L'analyse des instruments de soutien aux porteurs de projets et les conditions dans lesquelles ils ont été déployés révèle plusieurs défaillances qui ont empêché l'émergence d'une vraie dynamique entrepreneuriale en Algérie, eu égard aux enseignements théoriques et expériences d'autres pays. Les principales défaillances sont :

- Les autorités publiques négligent un point important : l'esprit d'entreprise *se cultive* dès le jeune âge à l'école et au travers des attitudes positives de la société à l'égard de l'entrepreneuriat. Elles ont naïvement cru qu'il est possible de stimuler la création d'entreprises par de simples actions d'exonérations fiscales, de facilités de financement ou en dispensant quelques heures de cours sur l'entrepreneuriat en milieu universitaire. Agir ainsi, c'est oublier que l'Algérie souffre d'un déficit de culture entrepreneuriale, résultat d'un demi-siècle d'économie administrée et d'un contrat social qui a verrouillé la vie politique et imposé des restrictions sur les activités socio-culturelles et des initiatives citoyennes... en contrepartie de quoi l'Etat veille à la satisfaction des besoins de la population (logement, santé, éducation, emploi, loisirs).

- Les rapports émanant des institutions internationales présentent l'Algérie et pas à tort, comme l'un des pays les moins propices à l'initiative privée. Le rapport *Doing Business* de la Banque Mondiale la situe parmi les Etats les moins favorables aux affaires. Alors qu'elle occupait la 136^e position sur 183 pays en 2010 selon l'indice global *facilité à faire des affaires*, l'Algérie dégringole à la 156^{me} place sur les 190 états considérés en 2017. La seule chose que les entrepreneurs peuvent faire, relativement facilement, c'est *fermer leur entreprise*. C'est en effet, uniquement par rapport au critère *des procédures de faillite* que le pays s'est classé 50^e en 2010 faisant mieux que 133 Etats, mais la situation semble se dégrader même à ce niveau. L'Algérie occupe la 60^e et la 74^e position respectivement en 2014 et 2017. Pour le reste, en 2017, les investisseurs ont eu plus de mal à obtenir des crédits ou à commercer avec l'extérieur qu'en 2014.

Pour sa part, le World Economic Forum situe l'Algérie à la 79^e place sur 144 pays en 2014/2015 dans son *Indice de Compétitivité Mondiale*. Elle chute à la 87^e position (sur 138 états) dans le classement de 2016/2017 faisant moins bien que le Qatar (14^e), les Emirats Arabes Unis (17^e), l'Île Maurice (46^e), l'Afrique du Sud (49^e), la Jordanie (64^e), le Rwanda (71^e) ou le Maroc (72^e). Les plus grands problèmes auxquels est confrontée la pratique des affaires en Algérie sont l'innovation et l'efficacité technologique, la difficulté d'accès au crédit, l'inefficacité du gouvernement et la corruption.

- Les agences de soutien aux porteurs de projets ne remplissent pas correctement les missions qui leur sont assignées (l'information, le soutien et l'accompagnement des créateurs d'entreprises). En réalité, elles ne sont que de simples administrations chargées de délivrer quasi-automatiquement des certificats d'éligibilité au financement par les banques publiques suivant des orientations politiques (Le nombre de projets validés par ces agences et ceux financés par les banques publiques augmente lors des épisodes de chômage élevé, des soulèvements populaires qui secouent les pays arabes ou lorsque le prix du baril est au plus haut.). L'objectif d'assurer la paix sociale à travers la création d'emplois relègue au second plan la qualité et la rentabilité des projets financés. Il est également reproché à ces mécanismes d'orienter les prétendants au crédit vers certains secteurs économiques. C'est notamment le cas de l'ANSEJ qui depuis quelques années ne soutient plus une centaine d'activités sous prétexte que le marché est saturé, oubliant que dans une économie de libre entreprise, c'est le marché et non

l'Etat qui oriente la décision de quoi produire. En bref, on ne dit pas aux entrepreneurs où se trouvent les opportunités, c'est leur travail que de les flairer et le processus même d'essayer, d'échouer, de recommencer permet d'aiguiser et d'améliorer l'esprit d'entreprise (D. Isenberg & Global, 2011).

- Les pépinières d'entreprises, technopoles, maisons de l'entrepreneuriat et autres sont pour leur part calquées sur les structures et pratiques des pays développés alors que le contexte algérien est différent. Le pays souffre d'un manque d'une multitude de prestataires de services fonctionnant selon une logique de marché vers lesquels peuvent se tourner les entrepreneurs innovants ou ayant réellement une opportunité d'affaire à exploiter. Les acteurs spécialisés tels que les *business angels*, les mentors, les cabinets de conseils, les consultants financiers, ... nécessaires dans un écosystème entrepreneurial favorable, sont quasi inexistantes en Algérie. En outre, on importe souvent la structure -le *contenant*- sans le contenu ou l'*esprit* qui lui permet de fonctionner efficacement. Les quelques structures d'accueil et d'incubation des jeunes pousses existant souffrent d'un manque de moyens logistiques et humains, et surtout le nombre de porteurs de projets et d'entreprises dignes d'y être admis est négligeable. Le cas de l'incubateur de Sidi Abdellah destiné aux startups du secteur des technologies d'information et télécommunication présenté comme une réussite, est illustratif à cet égard. Babs Carryer (Directeur de l'Institut universitaire d'innovation de Pittsburgh) dit à son sujet : *L'incubateur situé à Sidi Abdellah est impressionnant avec probablement plus de 100 millions de dollars d'infrastructures [...] mais je l'ai trouvé stérile et manquant de chaleur et d'humanité [...]. J'ai trouvé de beaux espaces communs en marbre, plus adaptés à un cabinet d'avocats chic du centre-ville qu'à un incubateur de startups.*
- Les politiques visant à encourager le maximum de gens à créer une entreprise via des facilités d'accès au crédit bancaire, d'exonérations fiscales, de locaux publics à loyers subventionnés etc. ne sont pas faites pour stimuler l'esprit d'entreprise et responsabiliser les candidats au lancement de projets. Ce type de politique attire de manière disproportionnée les *pires* entrepreneurs (Shane, 2009). En effet, ce sont les chômeurs qui sont les plus susceptibles de répondre à ces incitations car leurs coûts d'opportunité sont moindres. L'expérience montre que la très grande majorité des entreprises créées par les sans-emploi ne sont

pas de nature à encourager l'innovation, créer des emplois nombreux, accroître la compétitivité de l'économie et stimuler la croissance.

- L'Algérie a adopté une stratégie de promotion de l'entrepreneuriat de type *top-down* qui consiste en un ensemble de mécanismes émanant de l'Etat pour guider et dicter les étapes à suivre pour tous ceux qui souhaitent créer une entreprise. Ces dispositifs sont mis en œuvre par des agences nationales dotées d'antennes au niveau local. La décision reste donc très centralisée et les collectivités locales ne font qu'exécuter des programmes initiés au niveau national, laissant peu de place aux initiatives locales. Mais l'Algérie est un vaste territoire avec des conditions géographiques, des richesses, des savoirs et pratiques socio-culturelles locaux... très diversifiés, ce qui devrait donner lieu à des écosystèmes entrepreneuriaux et des activités économiques un tant soit peu différents d'une zone géographique à l'autre. En outre, cette approche ne prête pas attention à la personne de l'entrepreneur, son comportement et ses véritables préoccupations. Agir ainsi, c'est oublier que celui qui déclenche l'acte d'entreprendre est un individu et que les politiques visant à stimuler l'entrepreneuriat à forte croissance ne peuvent se limiter à des efforts *de haut en bas* qui se préoccupent simplement des conditions de création d'entreprise.

4. Eléments d'une stratégie pour booster l'entrepreneuriat

Les faiblesses de la stratégie de promotion de l'entrepreneuriat adoptée en Algérie étant identifiées, il est possible à présent d'ébaucher une approche à même d'initier une véritable dynamique entrepreneuriale en distinguant les actions à mener à court et à long terme.

4.1. A court terme

Dans l'immédiat, il serait plus rentable de concentrer les efforts et les moyens disponibles sur les personnes intéressées par l'entrepreneuriat pour leur prodiguer les conseils et l'appui dont elles ont besoin afin de concrétiser leurs plans de création d'entreprises. Un intérêt particulier doit être accordé aux projets innovants, le terme étant employé ici au sens large et non pas limité uniquement au domaine technologique. Les problèmes du pays sont nombreux, ses ressources autres que les hydrocarbures, sont tout aussi nombreuses et diversifiées. Il s'agit donc de favoriser les entrepreneurs qui visent principalement l'exploitation des ressources nationales pour contribuer à solutionner ces problèmes. A titre d'exemple, les projets se proposant d'exploiter le riche potentiel du

pays pour apporter des solutions innovantes à la dépendance alimentaire à l'égard de l'étranger, qui mettent en valeur les produits, savoirs et patrimoines locaux... et qui créent ainsi des emplois auto-entretenus, doivent être fortement encouragés. Bref, la priorité doit aller aux entrepreneurs qui apportent des solutions alternatives aux difficultés que vit le pays, autres que le recours systématique à l'importation. Leurs entreprises peuvent avoir des effets de débordement bénéfiques contrairement à l'auto-entrepreneuriat et microentreprises dont le seul objectif est de lutter contre le chômage. A titre d'illustration, le Rwanda et le Chili ont réduit le chômage et la précarité et développé leurs exportations en mettant en valeur leurs ressources via la promotion ciblée de l'entrepreneuriat (D. J. Isenberg, 2010).

L'approche *top-down* qui accorde un rôle central aux organismes publics ne s'est pas révélée efficace. Il faut donc s'atteler à changer de stratégie pour être plus à l'écoute des principaux destinataires des mesures d'aide. Les problèmes sont tellement nombreux qu'il est impossible de prétendre pouvoir les résoudre tous tout de suite en multipliant des organismes d'appui. Il convient plutôt d'être à l'écoute des premiers concernés, les chefs d'entreprises déjà en activité et les porteurs de nouveaux projets, pour établir une liste des difficultés qu'il faut aplanir en premier.

La promotion de l'entrepreneuriat doit veiller à soutenir les porteurs de projets à fort potentiel tout en se gardant de les gêner en leur procurant des fonds à volonté. Le fait d'exposer les entreprises un minimum à la rigueur du marché dès leur création, ne fera que les renforcer en poussant les entrepreneurs à faire preuve de ténacité et d'ingéniosité. (D. J. Isenberg, 2010) fait le parallèle avec les viticulteurs qui limitent l'irrigation de leurs vignes afin de les obliger à étendre leurs racines pour chercher l'eau et produire de la sorte du raisin plus concentré en saveur. En bref, il faut garder à l'esprit que l'abondance de subsides est souvent contre-productive dans la mesure où elle fait naître parmi les entrepreneurs le sentiment que c'est le devoir du gouvernement de les aider.

Il est enfin impératif de redonner aux acteurs locaux (Chambres de commerce et d'industrie, Chambre d'artisanat, associations des opérateurs locaux, ...) le rôle qui leur revient dans l'animation de la vie économique au niveau local. Leur collaboration est primordiale pour la création d'un écosystème qui permet à l'entrepreneuriat de s'épanouir.

4.2. A moyen/long termes

A moyen et long terme, l'Algérie doit :

- S'attaquer de front au climat des affaires inhibant qui décourage toute velléité d'entreprendre en intervenant dans trois domaines. La priorité est de mettre fin aux contraintes bureaucratiques en réformant le cadre juridique et réglementaire, tâche qui ne demande pas de gros investissements dans la mesure où il s'agit de réduire les formalités à remplir pour lancer une entreprise et limiter le nombre d'organismes encadrant l'activité d'investissement. Il faut ensuite réformer le système bancaire pour créer une offre de financement diversifiée (microfinance, finance islamique, capital-risque...) et répondre aux besoins de tous les porteurs de projets potentiels. Enfin, pour les entrepreneurs de type kirznérien qui découvrent et saisissent les opportunités encore inexploitées, l'information est le nerf de la guerre. Il est donc primordial de créer un système informationnel efficace sur les offres et les demandes des différents produits pour permettre aux personnes les plus alertes de procéder à des arbitrages et saisir les opportunités dignes d'être exploitées.
- Développer une solide culture entrepreneuriale dans le pays. Il est vrai que changer des pratiques culturelles profondément enracinées dans une société est extrêmement difficile, mais la culture s'enrichit avec le temps en adoptant de nouvelles pratiques et il est donc possible de modifier les normes sociales sur l'entrepreneuriat. Le travail doit commencer dès le jeune âge en mobilisant les différents niveaux du système d'éducation et formation pour permettre aux générations futures d'apprendre les valeurs et d'acquérir les aptitudes et les attitudes nécessaires aux entrepreneurs. En parallèle, l'amélioration de l'image des entrepreneurs au sein de la société en mettant en avant les réussites, est une nécessité. Cette image a été ternie par plusieurs décennies de pratiques de pseudo-hommes d'affaires qui ont pratiqué la corruption et soutenu le pouvoir en contrepartie de contrats publics juteux, de lignes de crédits auprès des banques publiques et d'autres facilités. C'est le moment de mettre au premier plan les entrepreneurs qui ont travaillé très dur et réussi malgré toutes les entraves auxquelles ils ont dû faire face.
- Investir dans le capital humain et la recherche afin de permettre au pays de transférer, absorber et maîtriser les technologies existantes et donner lieu à des projets entrepreneuriaux. Etant donné son niveau de développement, l'Algérie doit commencer par maîtriser les technologies importées avant d'atteindre le stade où elle pourra développer ses capacités propres en la matière et favoriser

l'émergence de startups en nombre suffisant. L'université a un rôle primordial à jouer mais avant elle a besoin de subir une réforme profonde qui en fera un lieu d'excellence ouvert aux étudiants méritants et offrant tous les moyens nécessaires aux chercheurs de haut niveau. Dans les pays développés, la recherche universitaire donne lieu à la création de *spin-offs* et les entreprises puisent dans les idées et la production scientifique des chercheurs pour innover. En Algérie, l'université et le système productif se sont tourné le dos jusqu'à présent ; il est plus que temps pour qu'elle se transforme en un acteur décisif pour la dynamique du tissu économique en l'alimentant en idées et en contribuant à solutionnant ses problèmes.

5. Conclusion

L'entrepreneuriat est un puissant mécanisme de la croissance et de l'emploi, ce qui explique l'intérêt qu'il suscite parmi les chercheurs et les gouvernements. Ce constat a donné lieu à un déplacement de la politique publique des interventions spécifiques à l'entreprise vers une approche globale qui se concentre sur le développement d'un écosystème entrepreneurial favorable. L'idée centrale véhiculée par le vocable d'EE consiste à instaurer un environnement réglementaire, institutionnel, infrastructurel, financier mais aussi socio-culturel et éducationnel propice à l'innovation et la création de nouvelles entreprises dans un espace géographique donné. Cela appelle l'intervention de différents acteurs (preneurs de décisions, universités, agences gouvernementales, associations d'industriels, ...) qui fédèrent leurs efforts pour promouvoir les activités entrepreneuriales génératrices de richesse.

En Algérie où l'Etat continue à jouer un rôle important dans la vie économique et sociale en dépit du recul notable du secteur public, le climat n'est pas favorable au développement de l'initiative privée. L'idée de développer l'entrepreneuriat qui a germé au milieu des années 1990, s'est imposée comme solution au chômage en raison de l'échec de toutes les tentatives des pouvoirs publics de venir à bout de ce problème. Du coup, il n'y a pas de stratégie globale propre à promouvoir un entrepreneuriat innovant qui peut avoir des effets d'entraînement bénéfiques pour la croissance et l'emploi. L'approche adoptée en Algérie pêche par la centralisation excessive ; la tendance à subventionner au lieu d'accompagner les créateurs d'entreprises ; la non-implication d'acteurs locaux importants ; le manque de coopération entre les différents intervenants ; l'absence d'acteurs et de services primordiaux à la dynamique

entrepreneuriale, la tendance à favoriser la méthode *copier/coller* qui consiste à imiter à l'identique des structures développées dans des sociétés avec des pratiques et cultures différentes ... C'est pourquoi bien que le nombre d'entreprises créées a considérablement augmenté, celles qui dominent relèvent de l'entrepreneuriat de nécessité dont l'impact économique et social reste limité.

A la lumière des enseignements théoriques et des défaillances caractéristiques de la stratégie algérienne de promotion de l'entrepreneuriat, il est possible de tirer deux principales leçons pour l'orientation future de la politique publique. Dans l'immédiat, plutôt que de chercher à inciter le maximum de gens à devenir entrepreneur, mieux vaut se concentrer sur les personnes, même peu nombreuses, qui portent des projets capables d'impacter leur environnement en innovant, en exploitant une ressource ou un savoir local..., A moyen et long terme, il est impératif de mobiliser les ressources nécessaires et d'orienter les efforts vers la création d'une culture entrepreneuriale riche et d'un climat sain pour les affaires. A cet effet, ce n'est pas tellement les moyens financiers et humains qui manquent en Algérie, c'est plutôt la volonté politique qui a jusqu'à présent fait défaut.

5. Liste Bibliographique

- Asselineau, A., Albert-Cromarias, A., & Ditter, J.-G. (2014). L'écosystème local, ressource clé du développement d'une entreprise. *Entreprendre & Innover*, 23(4), 59.
- Brown, R., & Mason, C. (2017). Looking inside the spiky bits: a critical review and conceptualisation of entrepreneurial ecosystems. *Small Business Economics*, 49(1), 11–30.
- Cohen, B. (2006). Sustainable valley entrepreneurial ecosystems. *Business Strategy and the Environment*, 15(1), 1–14.
- Facchini, F. (2007). Entrepreneur et croissance économique : développements récents. *Revue d'économie Industrielle*, n°119, 55–84.
- Gasse, Y. (2003). L' influence du milieu dans la création d'entreprises. *Revue Organisations & Territoires*, 12(2), 49–56.
- Hernandez, É.-M. (2006). Les trois dimensions de la décision d'entreprendre. *Revue Française de Gestion*, 168–169(9–10), 337–357.
- Isenberg, D., & Global, B. (2011). *The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship 1*.
- Isenberg, D. J. (2010). The big idea: How to start an entrepreneurial revolution. *Harvard Business Review*, 88(6).
- Kirzner, I. M. (2019). Competition and Entrepreneurship. In *Competition and Entrepreneurship*.

- Laurent, P. (2012). L'entrepreneur dans la pensée économique. *Revue Internationale P.M.E.*, 2(1), 57–70.
- Letowski, A. (1992). *Comment aborder et analyser les réalités de la création d'entreprise?*
- Malecki, E. J. (2018). Entrepreneurship and entrepreneurial ecosystems. *Geography Compass*, 12(3).
- Marchesnay, M. (1991). La PME : une gestion spécifique. *Économie Rurale*, 206(1).
- Mason, Colin; Brown, R. (2014). Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship. *Oecd*.
- Ministère de l'Industrie. (2021). *Bulletin d'information statistique de la PME*.
- Moore, J. F. (1993). Predators and prey: a new ecology of competition. *Harvard Business Review*, 71(3).
- Napier, G. (2013). *Supporting ecosystems for young scalable firms*.
- Porter, M. E. (1998). Clusters and the new economics of competition. *Harvard Business Review*, 76(6).
- Pozen, D. (2007). We Are All Entrepreneurs Now. *Wake Forest Law Review*, Vol. 43, Pp. 283-340, 2008, 43(1999).
- Schumpeter, J. A. (1935). *Théories de l'évolution économique* (Daloz).
- Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalism, socialism and democracy* (H & R).
- Shane, S. (2009). Why encouraging more people to become entrepreneurs is bad public policy. *Small Business Economics*, 33(2).
- Spigel, B. (2017). The Relational Organization of Entrepreneurial Ecosystems. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 41(1).
- Stam, E., & Spigel, B. (n.d.). *Entrepreneurial Ecosystems*.
- Stam, E., & van de Ven, A. (2021). Entrepreneurial ecosystem elements. *Small Business Economics*, 56(2).
- Tounes, A. (2004). *L'ENTREPRENEUR : l'odyssée d'un concept n° 03-73*. 73.pdf,lule14décembre2005Cahier de recherche :03/73
- Tounes, A., & Fayolle, A. (2006). L'odyssée d'un concept et les multiples figures de l'entrepreneur. *La Revue Des Sciences de Gestion*, 220–221(4).
- Valdez, J. (1988). The entrepreneurial ecosystem: Toward a theory of new business formation. *Proceedings of the Small Business Institute Director's Association*.
- Warwick, K. (2013). Beyond Industrial Policy, emerging issues and new trends. *OECD Science, Technology and Industrial Policy Papers*,