

---

## Caractérisation du processus entrepreneurial : une analyse à partir des PME algériennes

Characterization of the entrepreneurial process: an analysis based on Algerian SMEs

**BERBAR Mouloud\***

Université Mouloud MAMMERIE de Tizi-Ouzou- Algérie

[mouloud.berbar@yahoo.fr](mailto:mouloud.berbar@yahoo.fr)

Date de soumission: 28/04/2022

**Rosa AKNINE SOUIDI**

Université Mouloud MAMMERIE de Tizi-Ouzou- Algérie

[r\\_aknine@yahoo.fr](mailto:r_aknine@yahoo.fr)

Date d'acceptation: 20/02/2022

Date de publication: 10/05/2022

---

### Résumé :

La PME algérienne est confrontée à des défis majeurs qui conditionnent sa croissance et sa pérennité, dans ce sens, la réussite d'un processus entrepreneurial devient une variable incontestable dans l'excellence de l'entrepreneur algérien.

A partir d'un retour théorique sur le concept du processus entrepreneurial, nous tenterons d'analyser l'entrepreneuriat au sein des PME algériennes en mobilisant une approche processuelle, cette dernière nous permettra de décortiquer et d'examiner les différents maillons du processus entrepreneurial au sein PME en Algérie.

**Mots clés:** Processus entrepreneurial, approche processuelle, entrepreneuriat, PME, Algérie.

**Jel Classification Codes:** D21, L26.

### Abstract:

The Algerian SME is faced with major challenges that condition its growth and sustainability, in this sense, the success of an entrepreneurial process becomes an indisputable variable in the excellence of the Algerian entrepreneur.

From a theoretical return on the concept of the entrepreneurial process, we will try to analyze the entrepreneurship within the Algerian SMEs by mobilizing a processual approach, the latter will allow us to dissect and examine the various links of the entrepreneurial process in the SMEs in Algeria.

**Keywords:** Entrepreneurial process, procedural approach, entrepreneurship, SME, Algeria.

**Jel Classification Codes:** D21, L26.

---

\* Auteur correspondant.

### 1. Introduction:

La PME algérienne du 21<sup>ème</sup> siècle est confronté à des enjeux qui déterminent son développement. D'un côté, elle est soumise à des facteurs externes à l'instar du cadre juridique et réglementaire, et de l'autre à des facteurs intrinsèques qui tiennent à ses capacités managériales nécessaires pour mener une gestion quotidienne mais aussi pour faire face à une rude concurrence qui s'internationalise au fur et à mesure.

Ces déterminants sont confrontés à des mutations permanentes plaçant le processus entrepreneurial face au défi de la performance dans toutes ses dimensions qu'elles soient organisationnelles, financière et économique. L'objectif étant d'acquiescer une place dans le marché national mais aussi international.

L'Algérie s'est engagée dans une politique d'aide à la création d'entreprise à travers des dispositifs d'appuis, à l'instars de l'ANGEM, CNAC et ANSEG, toutefois, les réalités de terrain démontrent que le développement de la PME est confronté à des obstacles multiples. Ces derniers tiennent à l'ensemble de l'écosystème des entreprises. D'un côté, un environnement externe caractérisé par une lourdeur administrative, des difficultés de financement, un concurrence internationale et de l'autre un environnement interne caractérisé par des insuffisances en matière de culture entrepreneuriale et sur toutes les phases du processus entrepreneurial à savoir, l'étude technico-économique du projet, l'engagement et le suivi, dans ce contexte, la PME algérienne, s'est insérée dans une logique d'assistanat qui la dérive de la logique entrepreneuriale telle qu'elle est recommandée pour mener un développement socio-économique du pays.

La conjoncture actuelle, caractérisée par la crise du coronavirus « COVID 19 » et le recul des recettes fiscales suite à la chute du prix du baril du pétrole se répercutera négativement sur la démographie de la PME algérienne, ainsi sa performance sera conditionnée par la mise ne valeur des facteurs non purement économique. Cependant on s'interroge à travers la question suivante : comment peut-on caractériser le processus entrepreneurial des PME algériennes ?

Nous tenterons de confirmer ou d'infirmer les hypothèses suivantes :

- L'accroissement de la démographie des PME devait être accompagné par une performance managériale capable de cerner les facteurs économique de son développement.
- La valorisation administrative de l'entrepreneuriat en Algérie draine les PME dans un processus entrepreneurial où les sont spécifiés économiques sont peu valorisées.

La méthodologie de notre travail consiste à dégager une grille d'analyser en lien avec le processus entrepreneurial et la PME, que nous tenterons de transposer sur la situation des PME algériennes, pour cela, nous examinerons les données statistiques dédiées à algérienne.

Nous avons scindé notre travail en trois principales parties, la première est consacrée à l'analyse conceptuelle du processus entrepreneurial, la deuxième décortiquera les différentes étapes mises en avant dans l'approche

---

processuelle de l'entrepreneuriat et ce en effectuant une revue de littérature, dans la dernière partie nous allons caractériser le processus entrepreneurial en Algérie -en se référant aux données statistiques dédiées aux PME algériennes.

## 2. Épistémologie du concept "processus entrepreneurial" : prémisse d'une approche processuelle

Nous commencerons notre analyse en plaçant le concept du processus entrepreneurial dans son intérêt épistémologique avant d'aborder son aspect opérationnel. Dans ce sens, le processus entrepreneurial s'inscrit dans les approches qui traitent la réussite et la performance des entreprises.

Selon (Gartner, 1988) et (Shaver & Scott, 1991), la performance de l'entreprise est conditionnée par les déterminants psychologiques et personnels de l'entrepreneur, c'est à partir des années 1980 que l'entrepreneuriat est appréhendé selon l'approche processurale tout en formalisant le concept du processus entrepreneurial.

Le processus entrepreneurial est mis en avant dans l'approche cognitive (Omrane, Fayolle, & Zeribi-Benslimane, 2011) et par l'approche processuelle selon laquelle "Le phénomène entrepreneurial représente désormais un processus d'apprentissage dynamique et évolutif dans le temps, cumulateur et générateur de compétences individuelles et collectives. Cette posture mobilisée permet d'appréhender le comportement de l'entrepreneur en tant que processus qui se construit graduellement au fil du temps, au fur et à mesure de son évolution". (Omrane, Fayolle, & Zeribi-Benslimane, 2011, p. 92).

Le processus entrepreneurial ne se limite pas uniquement à une succession d'étapes ayant pour objectif la création d'entreprise, mais il s'agit d'un processus évolutif basé sur l'accumulation des compétences de l'entrepreneur sur un axe temporel. C'est à partir de ce constat qu'on peut évoquer la notion de dynamique entrepreneuriale.

Selon Andria, (2014), elle estime que le processus entrepreneurial est « caractérisé comme étant un processus de nature causale, c'est-à-dire comme une série de prises de décisions s'enchaînant dans un déroulement « classique » où la rationalité des finalités de chacune commande les moyens à mettre en regard. Concrètement, une fois la première phase de détection de l'opportunité découverte et/ou construite, l'entrepreneur réfléchit alors aux moyens nécessaires à mettre en place en rédigeant notamment un plan d'affaires (le business plan). Lorsque celui-ci est validé, l'entrepreneur s'engage (seul ou en équipe ; avec des partenaires financiers ou non...) dans la phase de création proprement dite avec le démarrage de l'activité » (Andria, 2014, p. 14).

A partir de là, nous pouvons déduire que l'approche processuelle de l'entrepreneuriat met en avant des déterminants dynamiques de l'action de création d'entreprise, en mettant en exergue un ensemble d'étapes interreliées et interdépendantes tout en agissant en système.

### 3. L'objet du processus entrepreneurial : une condition à l'accumulation des compétences

Le processus entrepreneurial suppose l'émergence d'une dynamique permettant d'accumuler les compétences tout au long de l'exercice entrepreneurial, à condition qu'il soit axé sur des principes fondamentaux ; ces derniers sont d'ordre de trois à savoir (Fayolle & Degeorge, 2012) :

#### 3.1. L'opportunité

Celle-ci se présente sous deux formes : une forme objective, selon laquelle, l'opportunité existe dans au sein de l'environnement de l'entreprise. Elle est explorable dès qu'elle est identifiée et détectée par l'entrepreneur. Elle se présente également comme un construit social dans le sens où, elle n'existe pas en tant que telle, mais elle est le résultat d'interaction de l'entrepreneur avec son environnement.

On peut dire que, la notion d'opportunité peut être une condition pour amorcer le processus entrepreneurial sachant qu'elle conditionne l'évolution et l'accumulation des compétences de l'entrepreneur.

Le processus entrepreneurial permet de saisir les opportunités qui se présentent, comme il consiste à en créer d'autres avec l'évolution de l'entreprise.

#### 3.2. L'émergence organisationnelle

Selon ce principe, le processus entrepreneurial est axé sur l'organisation. "L'entrepreneuriat est conçu ici comme un processus d'organisation qui conduit à la création d'une nouvelle organisation... le concept d'émergence organisationnelle s'applique à un phénomène découlant de l'interaction de différents stimuli tels que l'expérience, les images ou les idées, prenant sens dans une combinaison nouvelle." (Fayolle & Degeorge, 2012, p. 12)

Le processus entrepreneurial se base sur une organisation, et avec le temps permet l'émergence d'une nouvelle organisation. L'objet du processus entrepreneurial est celui de stimuler l'évolution de l'organisation selon une logique processuelle.

Selon ce principe, l'organisation n'est pas statique. Elle est censée être adaptée aux évolutions de l'entreprise. L'émergence de l'organisation se présente comme un défi des entrepreneurs du 21<sup>ème</sup> siècle suite aux mutations perpétuelles auxquelles ils font face et aux évolutions auxquelles elles aspirent.

#### 3.3. La création de valeur nouvelle

Le processus entrepreneurial est basé sur l'accumulation de valeur ajoutée nouvelle créée avec l'évolution de l'entreprise.

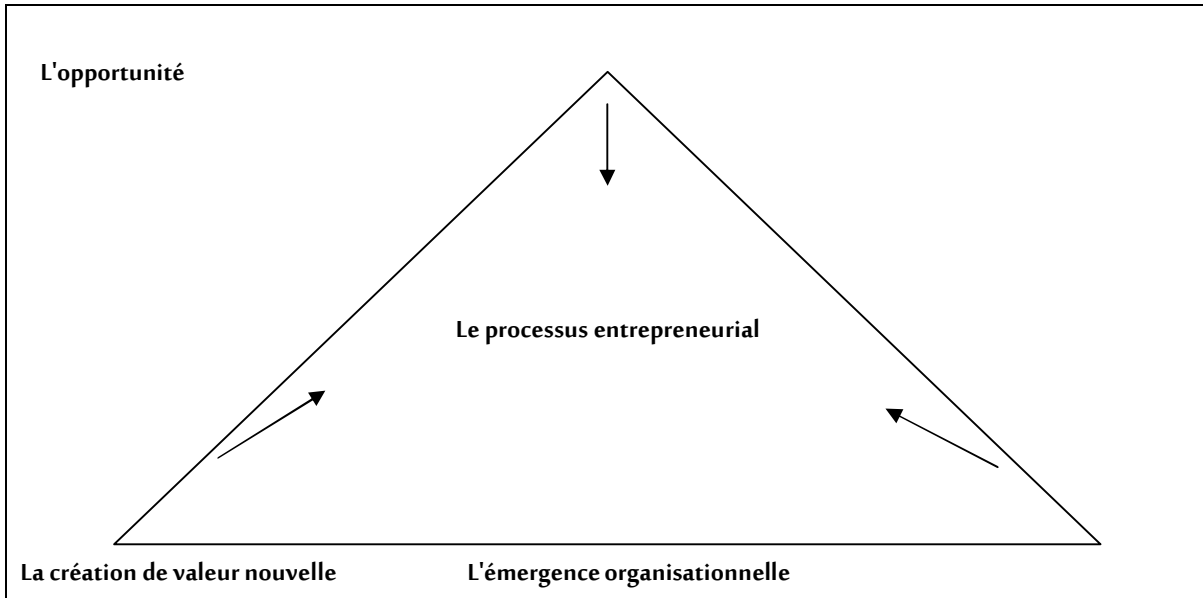
"L'entrepreneur ne peut se définir qu'en référence à un objet (création de valeur), objet dont il fait partie, dont il est lui-même la source ou le créateur et dont il est également le résultat" (Bruyat, 1993, p. 55)

L'entrepreneuriat est axé sur une dialogique individu/création de valeur ; selon cette dernière, l'individu est créateur de valeur suites aux différentes actions qu'il entreprend, il agit en tant que levier de création de valeur, à

son tour, la valeur contribue à l'amélioration de la situation de l'individu et renforce son attachement à l'entreprise (Bruyat, 1993).

Le processus entrepreneurial porte sur la création de valeur qui se réalise en développant une relation dialogique entre cette dernière et l'individu (l'entrepreneur).

**Figure N°1 : Les objets du processus entrepreneurial**



Source: Inspirée de Fayolle et Degeorge (2012), Dynamique entrepreneuriale. Le comportement de l'entrepreneur, DeBoeck.

#### **4. Les étapes du processus entrepreneurial**

La seconde appréhension que l'on puisse développer à propos du processus entrepreneurial est sa dimension opérationnelle; cette dernière tient à la succession d'étapes du processus de création d'entreprise.

Plusieurs auteurs se sont intéressés à la définition des étapes du processus entrepreneurial. Nous tenterons de présenter les étapes proposées par (Bruyat, 1993). Ce choix est motivé par le fait que, d'un côté, ce dernier traite l'entrepreneuriat dans une approche processuelle et diachronique et de l'autre, l'individu est pris en compte en tant que système ouvert soumis à des dynamiques internes et externes qui le pousse à y répondre par des configurations stratégiques instantanées perçues (CSIP).

Selon Bruyat (1993), Les étapes du processus de création d'entreprise sont les suivantes: Le déclenchement du processus, l'engagement total du créateur, la survie de l'entreprise créée

##### **4.1 Le déclenchement du processus**

Il s'agit d'une étape de pré-lancement de l'entreprise, dans cette étape l'entrepreneur se met à envisager la création de son entreprise et recherche les moyens nécessaires pour la lancer, elle commence à partir du moment où l'individu développe l'idée de se lancer dans une activité entrepreneuriale.

Il convient de souligner que l'objectif d'un processus entrepreneurial consiste à concrétiser une idée qui consiste en la pierre angulaire de la construction d'un projet d'entreprise. « Un processus entrepreneurial est invariablement orienté vers l'action. Qu'il s'agisse d'un projet d'entreprise ou d'une autre nature,

l'entrepreneuriat ne se limite pas à imaginer des projets potentiels, mais bien à les mettre concrètement en œuvre » (Pepin, Tremblay, & Audebrand, 2017, p. 4)

Cette période correspond à celle de la recherche de moyens et informations susceptibles d'être mobilisés dans l'activité de l'entreprise. C'est dans cette phase que l'individu procède à la reconnaissance de l'opportunité, "La reconnaissance des opportunités présuppose deux conditions : d'une part 1) la possession d'un comportement orienté vers la recherche d'informations et d'autre part 2) la possession d'un esprit alerte permettant la perception de l'opportunité" (Aouni & Surlemont, 2007, p. 7).

Dans cette phase, l'individu procède à la configuration stratégique instantanée perçue (CSIP) selon les ressources disponibles. Les déterminants de cette phase sont intrinsèques et extrinsèques. Les déterminants internes sont liés à l'individu et aux ressources dont il dispose indépendamment de son environnement (ses capacités, son savoir-faire), ces ressources individuelles contribuent à reconfigurer ses stratégies. Les dynamiques externes qui influencent le choix stratégique de l'entrepreneur durant cette phase sont celles qui proviennent de son environnement d'ancrage ; c'est cette diachronie entre l'individu et son environnement qui l'impulse à adopter une CSIP dans le cadre d'une stratégie intégrée (Bruyat, 1993).

Durant cette période, l'entrepreneur est sensé innover toute en s'inscrivant dans un processus de planification, en effet, « l'entrepreneur innovateur n'est pas seulement celui qui saisit une opportunité et fait preuve de créativité. Il doit avoir la capacité de prévoir, de planifier et de mener à son terme une activité productive dont la mise en œuvre prend du temps dans un contexte où les coûts surviennent avant les revenus qui leur correspondent. Sans la maîtrise du temps, il n'investira pas ou du moins il n'investira pas à long terme et pourrait se contenter de la captation d'une rente en jouant immédiatement de son pouvoir de marché » (Gaffard, 2021, p. 256)

Le déclenchement du processus est en fonction des ressources et du temps. La durée de cette période varie d'un entrepreneur à un autre et d'un domaine d'activité à un autre. Il est admis ainsi que le déclenchement de processus entrepreneuriale est une démarche progressive qui consiste à capitaliser au mieux les moyens mobilisables pour la création de l'entreprise.

Cette période est également réservée à l'étude de la faisabilité du projet et à l'étude technico-économique, selon les résultats de cette dernière, l'entrepreneur choisi s'il procédera ou non à la création de son entreprise.

L'individu cherchera durant cette étape à constituer son réseau et à tisser des relations avec d'autres entreprises, avec des associations ou des futures partenaires, l'objectif consiste à constituer des rapports visant à développer des formes de coordination avec d'autres acteurs et de rationaliser et capitaliser l'usage des ressources.

Dans cette phase l'entrepreneur s'engage à prendre en compte les facteurs environnementaux dans la préparation du Business plan de son projet. Le travail consiste à identifier les opportunités et les menaces qui peuvent parvenir du territoire de localisation.

#### **4.2. L'engagement total du créateur**

Cette phase correspond au montage effectif du projet. Le créateur d'entreprise mobilise les ressources et procède à la création effective de l'entreprise en choisissant son statut comme il configure une stratégie adéquate à l'instar de la préparation d'un Business model ou du plan de communication et de commercialisation.

L'engagement total du créateur d'entreprise tient à deux principales conditions, il s'agit de l'action de créer l'entreprise et de la résistance au changement. Selon la première condition, l'individu s'engage à créer une entreprise au moment où il mobilise les moyens nécessaires pour son activité, et constate que l'action d'entreprendre est préférable à son état actuel.

La seconde condition tient au fait que, l'entrepreneur est appelé à réussir son adaptation aux mutations qui guettent son entreprise (Bruyat, 1993).

L'entrepreneur est confronté également à des contraintes et à l'incertitude de son environnement. Face à cette situation, le créateur peut renoncer à son projet ; son engagement entrepreneurial tient à sa confrontation de ces différentes contraintes et mutations.

Durant cette phase, il est recommandé pour l'entrepreneur de développer une stratégie d'ancrage de son entreprise afin de développer des marques ou encore des labels et de résister aux changements environnementaux qui peuvent survenir.

#### **4.3 La survie, l'échec et le développement ?**

Cette phase fait référence à la gestion effective visant à assurer le fonctionnement de l'entreprise. L'entrepreneur opérationnalise son projet en assurant une cohérence entre la configuration stratégique instantanée et son projet d'entreprise.

L'entrepreneur gère les éléments internes de son entreprise et les relations qu'il entretient avec les parties prenantes de son projet. Il s'agit d'une condition nécessaire pour promouvoir son entreprise nouvellement créée.

Le développement de l'entreprise dépend également des apprentissages permanents qui doivent être mis en œuvre au sein de l'entreprise.

Dans cette étape, l'entrepreneur peut se retrouver au-dessous du seuil de rentabilité dans une situation d'insolvabilité, il peut renoncer ainsi à son projet d'entreprise.

A chaque étape du processus entrepreneurial, l'entrepreneur évolue et accumule les compétences requises pour son activité afin d'en assurer son développement (Omrane, Fayolle, & Zeribi-Benslimane, 2011).

## **Caractérisation du processus entrepreneurial : une analyse à partir des PME algériennes**

---

Le risque d'échec n'est pas à écarter dans tout processus entrepreneurial, dans ce sens, Foliard (2010), précise que l'insertion territoriale de la TPE et sa proximité des ressources et de son environnement l'aident dans la compréhension des phénomènes locaux chose qui lui permet de réduire le niveau du risque.

Durant cette phase, l'entrepreneur est appelé à renforcer son relationnel avec ces différentes parties prenantes et avec les entreprises de son réseau, ces actions peuvent le mener à constituer des réseaux productifs, tel est le cas de la Silicon Valley.

L'entrepreneur est appelé tout au long du processus entrepreneurial à développer ses relations avec son écosystème, pour se faire, il est recommandé de mettre en exergue les compétences individuelles de l'entrepreneurs ainsi que ses relations avec l'ensemble des parties prenantes ; et ce dans l'ensemble des étapes du processus de création d'entreprise.

### **5. Caractérisation du processus entrepreneurial des PME algériennes**

#### **5.1. Evolution qualitative et quantitative des PME en Algérie**

Avant 1988, l'économie algérienne était caractérisée par la domination de la sphère publique dans la totalité des secteurs publics, peu de marge de manœuvre était laissée à l'initiative privée.

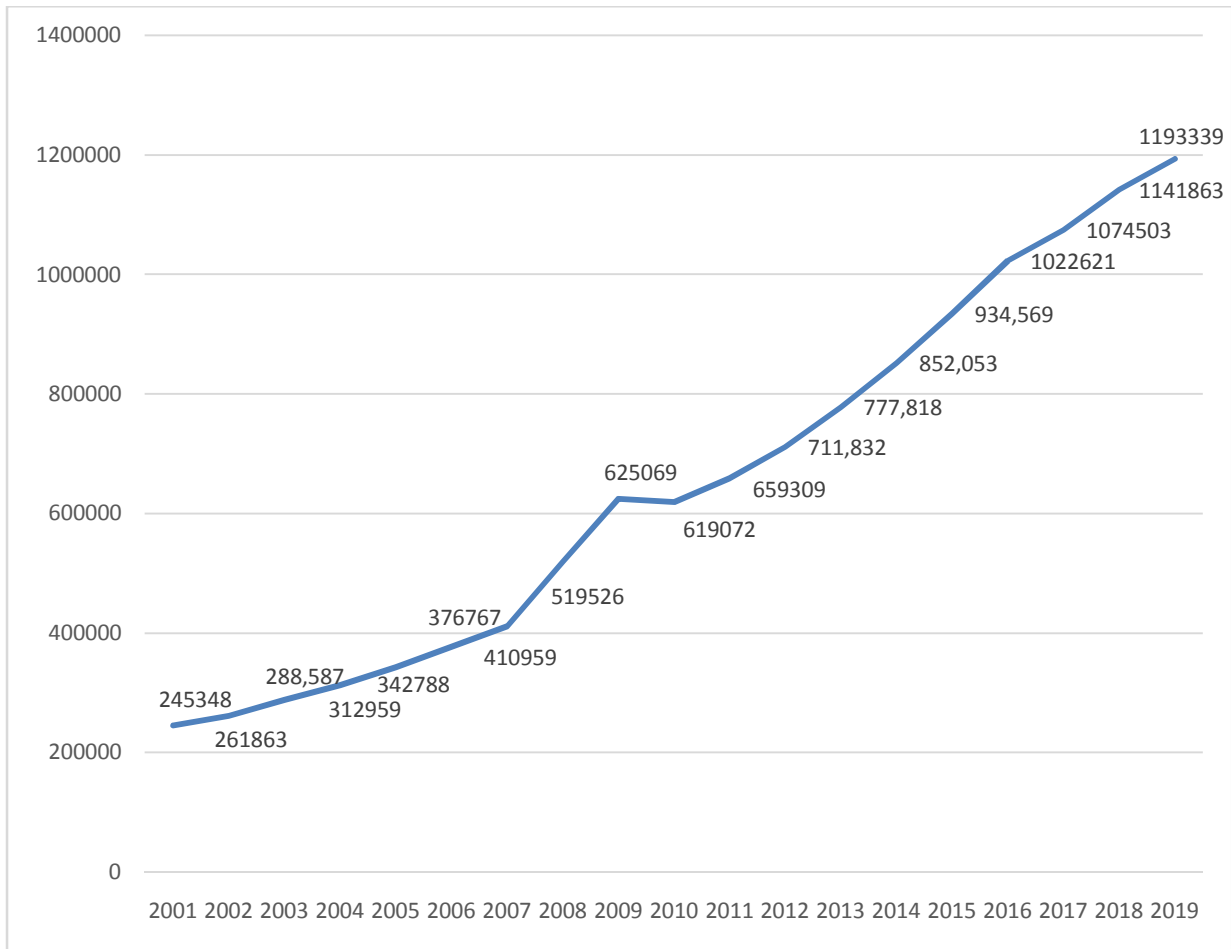
Loin d'être issues d'un phénomène volontariste ou d'une logique économique processuelle. Les PME en Algérie ont connu une émergence à la fin des années 80 pour faire face à la crise économique et sociale qu'a connue le pays en 1988. Durant cette période, la PME était une alternative pour gérer la crise des entreprises publiques. Cette initiative était favorisée par l'Etat qui voulait libérer l'économie nationale en intégrant le secteur privé constitué essentiellement de PME dans l'activité économique. Ce regain d'intérêt au secteur privé n'est pas propulsé par une politique de l'Etat visant à accompagner les entrepreneurs dans leur démarche et dans un environnement d'une double crise économique et sociale.

Durant cette période, les entrepreneurs ont fait recours aux capitaux familiaux pour financer leurs projets d'entreprises et leur démarche était restreinte (Badri, 2015).

Les PME privées ont connu un accroissement rapide à partir de cette période suite aux dispositifs d'insertion des jeunes et d'aide à la création d'entreprises, à l'ANSEJ (ANADE actuellement), CNAC, ANDI et ANGEM.

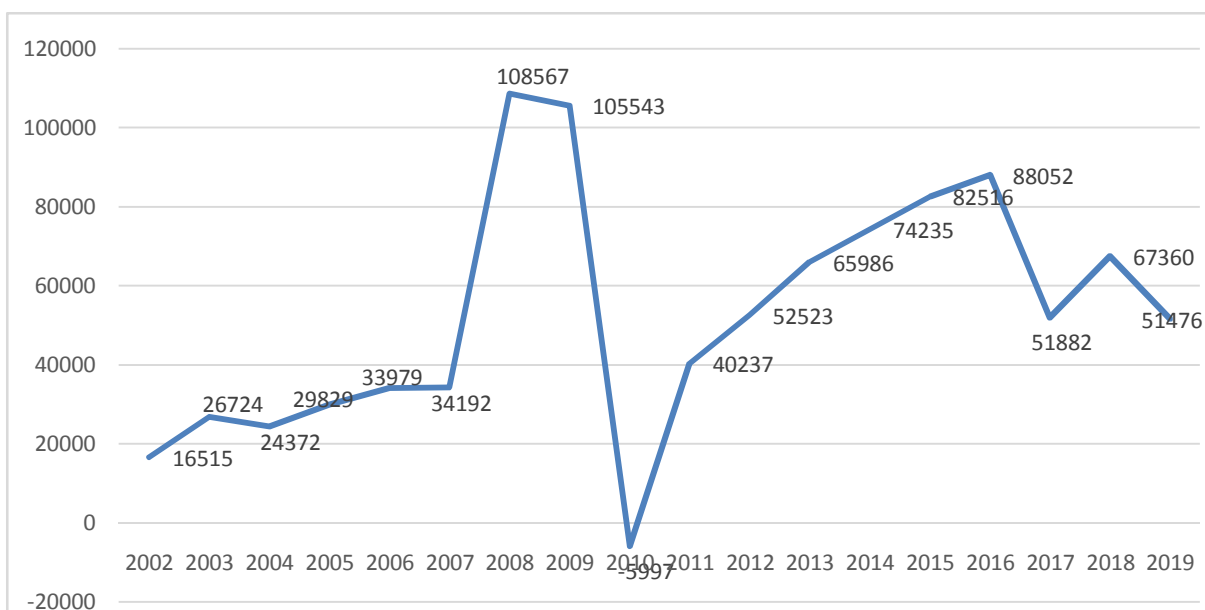
Dans ce sens, selon le cabinet de conseil et de gestion FINABI, le montant octroyé pour assurer le financement des projets créés dans le cadre de l'ANSEJ, la CNAC et l'ANGEM est estimé à 1775 milliard de DA ; 69,05% de ce montant à raison de 1226 Milliards était destiné au financement des projets de l'ANSEJ, 491 milliards ont permis le financement des projets créés sous la CNAC et enfin, les projets de l'ANGEM ont coûté 58 milliards de dinars (maghrebemergent, 2020). Cette optique a permis aux entrepreneurs un nouveau mode de financement en faisant recours aux capitaux publics. La figure ci-dessous illustre l'évolution de la PME en Algérie entre 2001 et 2019.



**Figure N°2 : La tendance d'évolution des PME (privés et publiques) durant la période 2001-2019**

Source : réalisé par nos soins en exploitant les données des bulletins d'information statistique de la période 2003-2019

On peut constater une évolution positive de la démographie des PME en Algérie. Leur nombre était de 245348 en 2001, elles ont atteint 1193339 à la fin de l'année 2019, il convient d'analyser l'évolution annuelle des PME, la figure ci-dessous en illustre la tendance.

**Figure N° 3 : La variation annuelle du nombre total de PME créées**

Source: réalisé par nos soins en exploitant les données des bulletins d'information statistique de la période 2003-2019

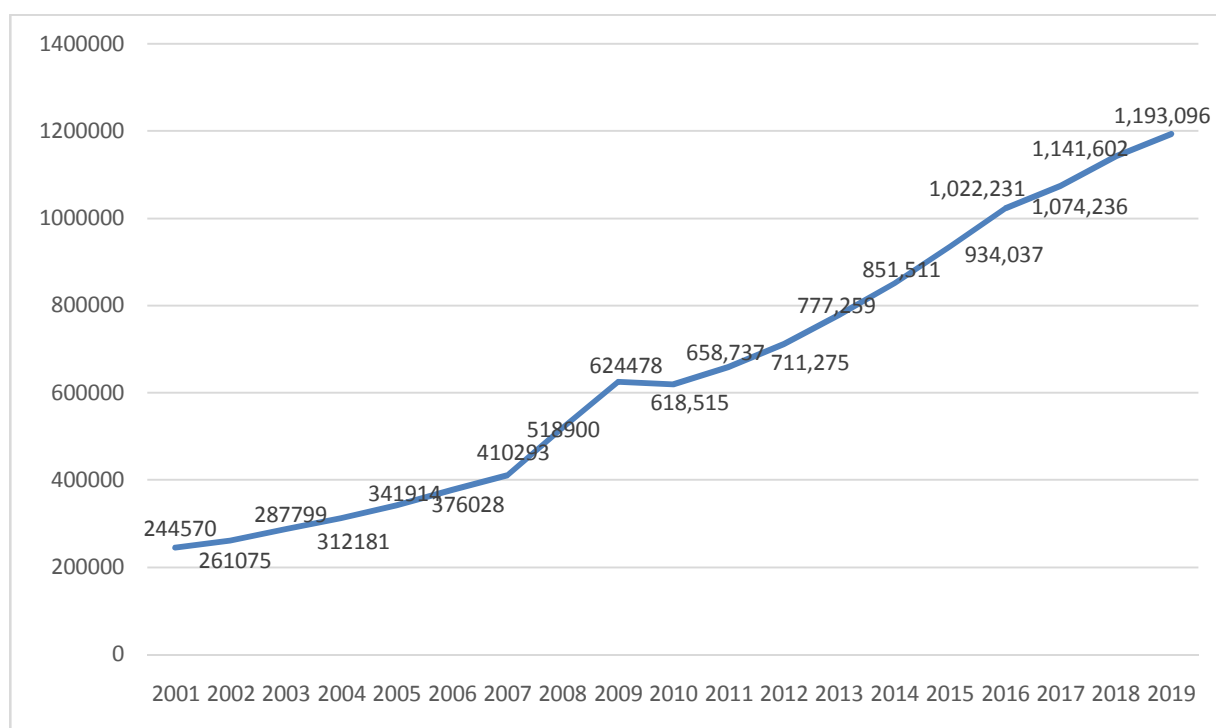
## Caractérisation du processus entrepreneurial : une analyse à partir des PME algériennes

Le niveau d'évolution des PME diffère d'une année à une autre ; la figure ci-dessus nous permet de distinguer trois principales périodes :

- La première entre 2001-2009, durant laquelle le nombre d'entreprise créées par années évolue lentement et d'une manière réduite, il ne dépasse pas 34192 PME par années, à l'exception des années 2008 et 2009 durant lesquelles le nombre annuel d'entreprises créées est estimé à 108567 et 105543 Respectivement.
- La seconde période est celle entre 2010 et 2016 où le nombre annuel de PME créées a atteint la barre des 88052 PME. Accroissement s'explique par l'engagement de l'Etat dans la promotion de l'entrepreneuriat de jeunes à partir de 2011 notamment à travers les dispositifs (ANSEJ, ANGEM, CNAC et ANDI), une période qui s'est caractérisée par une embellie financière liée essentiellement à l'augmentation des cours de pétrole.
- La troisième période varie entre 2017 et 2019 durant laquelle on peut constater une régression dans le nombre total de PME créées, qui est passé de 88052 à 51476 PME en 2019, une baisse qui s'explique par les mesures d'austérité et les dynamiques de rationalisation des dépenses enclenchées par les pouvoirs publics.

Notre analyse révèle que la tendance d'évolution du nombre total des (voir figure n°01) est le fait expulsif de l'accroissement des entreprises privées, comme le montre la figure ci-dessous, ces dernières étaient de 244570 en 2001, elles ont atteints en 2019 le nombre de 1193096.

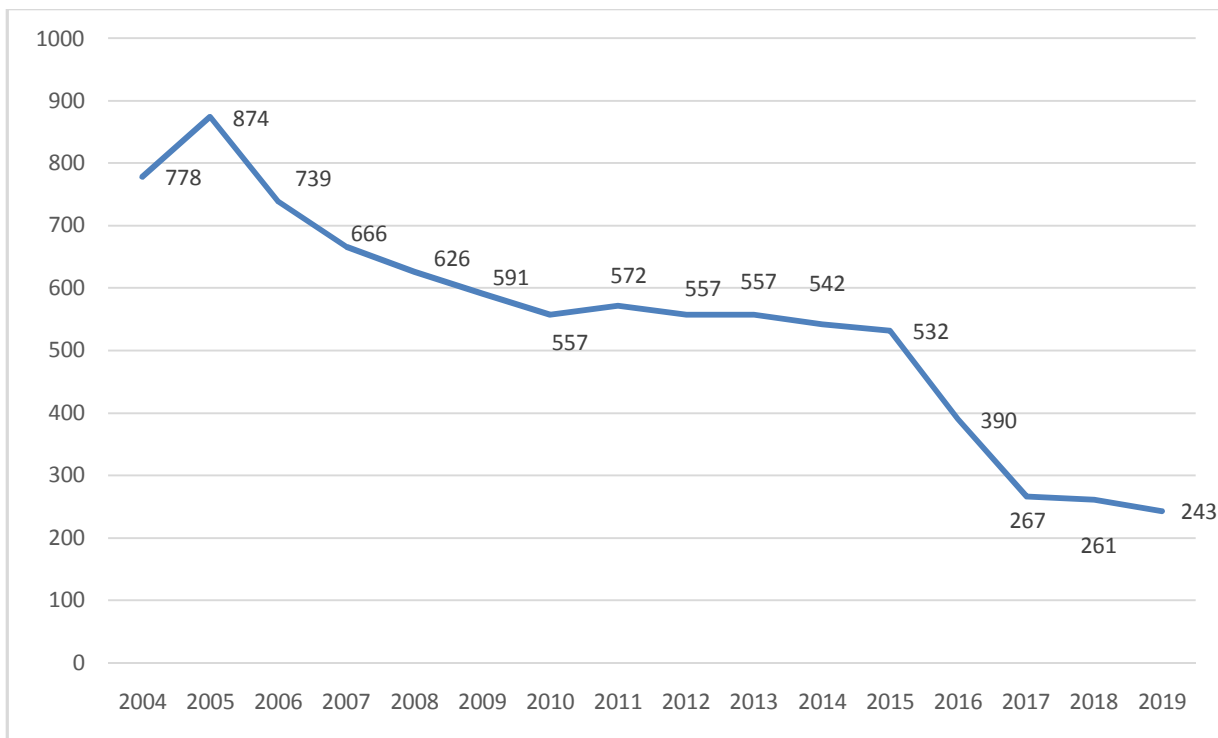
Figure N° 4 : Évolution du nombre de PME privées créés durant la période 2001-2019



Source: réalisé par nos soins en exploitant les données des bulletins d'information statistique de la période 2003-2019

Cette évolution est contrecarrée par celle des PME publiques dont l'évolution est décroissante comme le montre la figure ci-dessous. Cette décroissance n'apparaît pas sur l'évolution totale des PME créées car leur part est insignifiante devant les PME privées. Elles étaient estimées à 778 PME en 2004 et elles ont atteint les 243 PME en 2019. Ceci s'explique par le désengagement graduel de l'Etat vis-à-vis de certaines activités économiques, mais également par les difficultés financières auxquelles font face les entreprises publiques, ces dernières sont confrontées à une rude concurrence exercées par les entreprises privées.

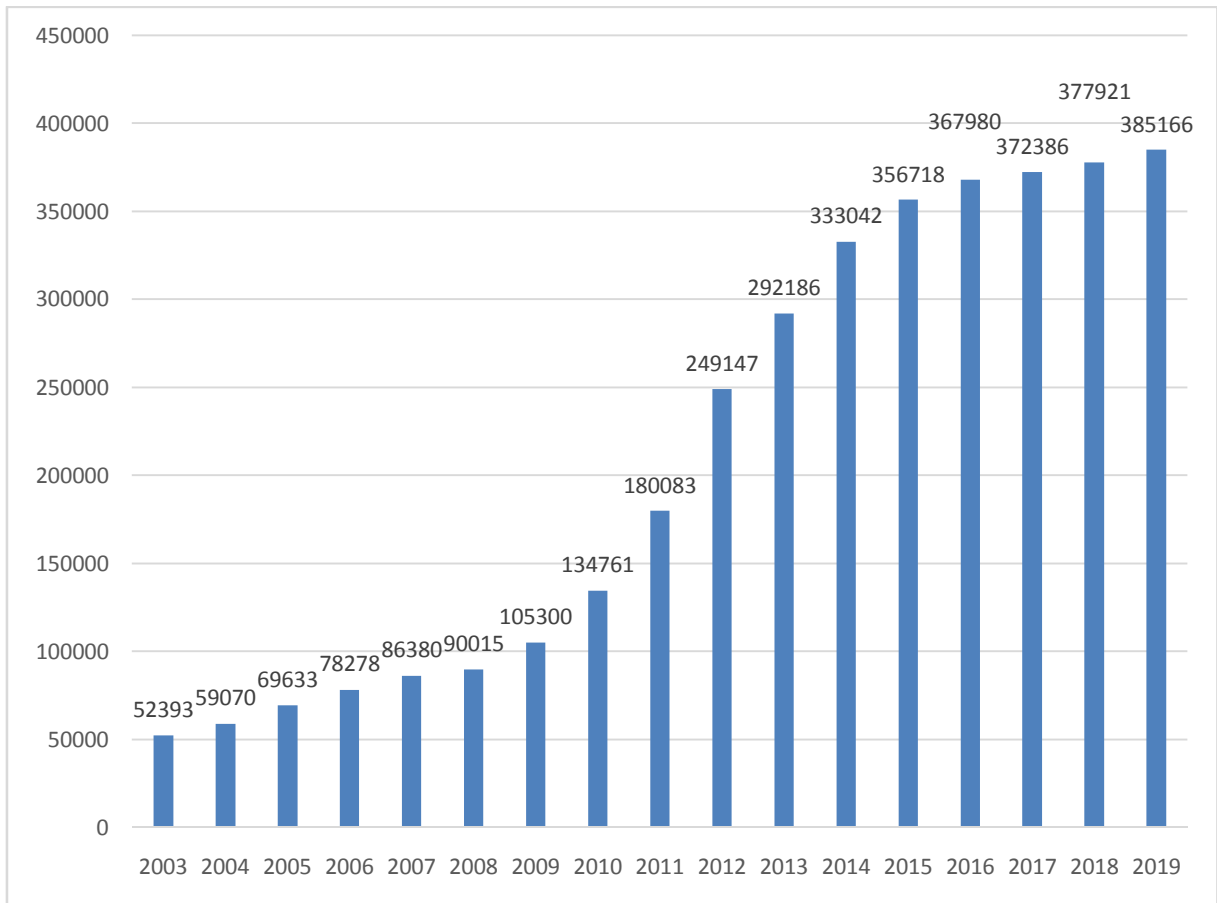
**Figure N° 5 : L'évolution des PME publiques durant la période 2004- 2019**



Source: réalisé par nos soins en exploitant les données des bulletins d'information statistique de la période 2004-2019

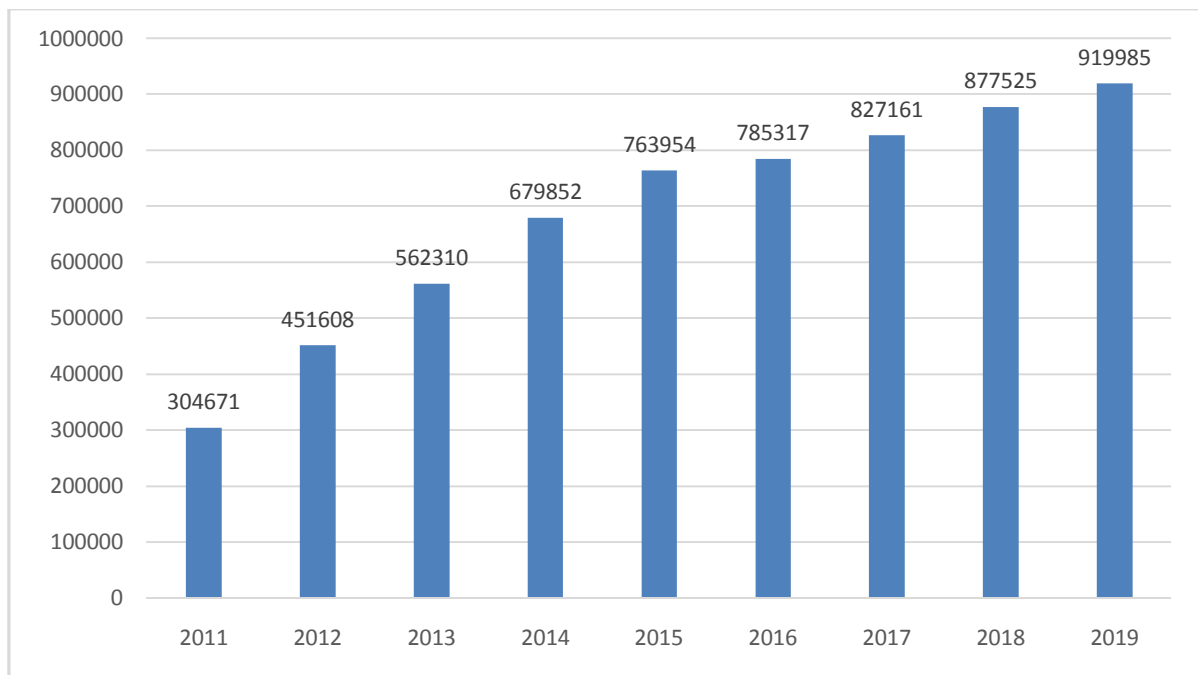
Notre analyse des données ayant trait à la PME algérienne, fait valoir une suprématie des PME privées. Ceci reflète moins l'importance de l'initiative privée en visant à exploiter des spécificités économiques ou à s'engager dans un créneau pour lequel un besoin s'est exprimé. Il s'agit d'une insertion des jeunes dans une politique menée par l'Etat dans le cadre des dispositifs d'aide à la création d'entreprise. Les figures ci-dessous illustrent l'évolution du nombre de PME créées dans le cadre de l'ANSEJ et de l'ANGEM.

Figure N° 6 : Évolution du nombre de PME créées dans le cadre du dispositif ANSEJ



Source : Source : réalisé par nos soins en exploitant les données des bulletins d'information statistique de la période 2003-2019

Figure N°7 : Evolution du nombre de micro-entreprises créées dans le cadre du dispositif ANGEM durant le période 2011-2019



Source : réalisé par nos soins en exploitant les données des bulletins d'information statistique de la période 2011-2019

D'après ces figures on peut constater la part importante des PME créées dans le cadre de ces deux dispositifs. Les difficultés de la PME algériennes peuvent être appréciées à travers les difficultés de

remboursement de crédit octroyé dans le cadre des dispositifs cités plus haut, en effet les promoteurs peinent à rembourser leur crédit d'un côté, et de l'autre, elles se retrouvent dans une situation de rude concurrence face aux produits étrangers, pour y faire face, les entrepreneurs s'orientent vers les créneaux les plus porteurs tels que les services et la production de biens de consommations que de développer des stratégies concurrentielles visant à promouvoir d'autres secteurs à savoir l'innovation, l'industrie, l'artisanat, l'agriculture, le tourisme, etc.

Le manque de formations destinées à l'entrepreneuriat dans les universités en est l'une des causes. D'autre part, la culture régissant l'entreprise se caractérise par l'oralité ; la gestion et les plans stratégiques sont rarement rédigés par les chefs d'entreprises (Chigara, 2017).

Les caractéristiques et les contraintes auxquelles fait face l'entrepreneur se déclinent sur l'ensemble des étapes du processus entrepreneurial.

## **5.2. Le processus entrepreneurial en Algérie : entre difficultés d'intégration et pressions bureaucratiques.**

Tel que nous l'avons précisé ci-haut, l'émergence des PME algérienne n'était pas le fruit d'une politique axée sur un diagnostic et d'une expertise ayant eu comme résultat la nécessité d'impulser une dynamique entrepreneuriale. Il s'agit d'une alternative visant à gérer la crise économique qu'a connue le pays. Les PME évoluent dans un contexte d'incertitudes et de risques propulsés par les contraintes financières auxquelles font face les PME créées dans le cadre de l'ANGEM, l'ANSEG et la CNAC. Cette situation place les entrepreneurs dans une logique d'assistanat et n'encourage pas le positionnement de ces entreprises sur le marché international.

Dans cette logique, le créateur d'entreprise se retrouve impacté par ces contraintes sur toutes les étapes du processus entrepreneurial. En effet, ce dernier est fortement influencé par la disposition de l'Etat, notamment celui qui concerne les promoteurs ayant bénéficiés des dispositifs d'aide à la création d'entreprise.

Le processus entrepreneurial des PME algérienne est fortement influencé par l'environnement externe à l'instar du milieu familial et de la société d'une manière générale chose qui façonne son action dans le sens où, " le rôle économique de l'entrepreneur est perçu d'abord dans son rôle social dans le sens où tout est organisé autour du réseau familial. Dans de nombreuses sphères de la gestion de leurs entreprises, organisation interne, gestion des salariés, partage des biens et des richesses, les entrepreneurs algériens se situent plus dans une dynamique sociale appartenant à la société." (Tabet-Aouel Lachachi, 2014, p. 47)

Le processus entrepreneurial en Algérie se caractérise par une lenteur liée essentiellement à la longueur de l'étape de préparation du projet. Celle-ci ne dépend pas uniquement du créateur mais elle tient en grande partie aux obligations administratives que ce dernier est sensé compléter elle peut aller d'une année à cinq ans. Contrairement aux pays les plus avancés où une entreprise se crée en une journée.

## **5.3. La place des spécificités économiques dans le processus entrepreneurial en Algérie**

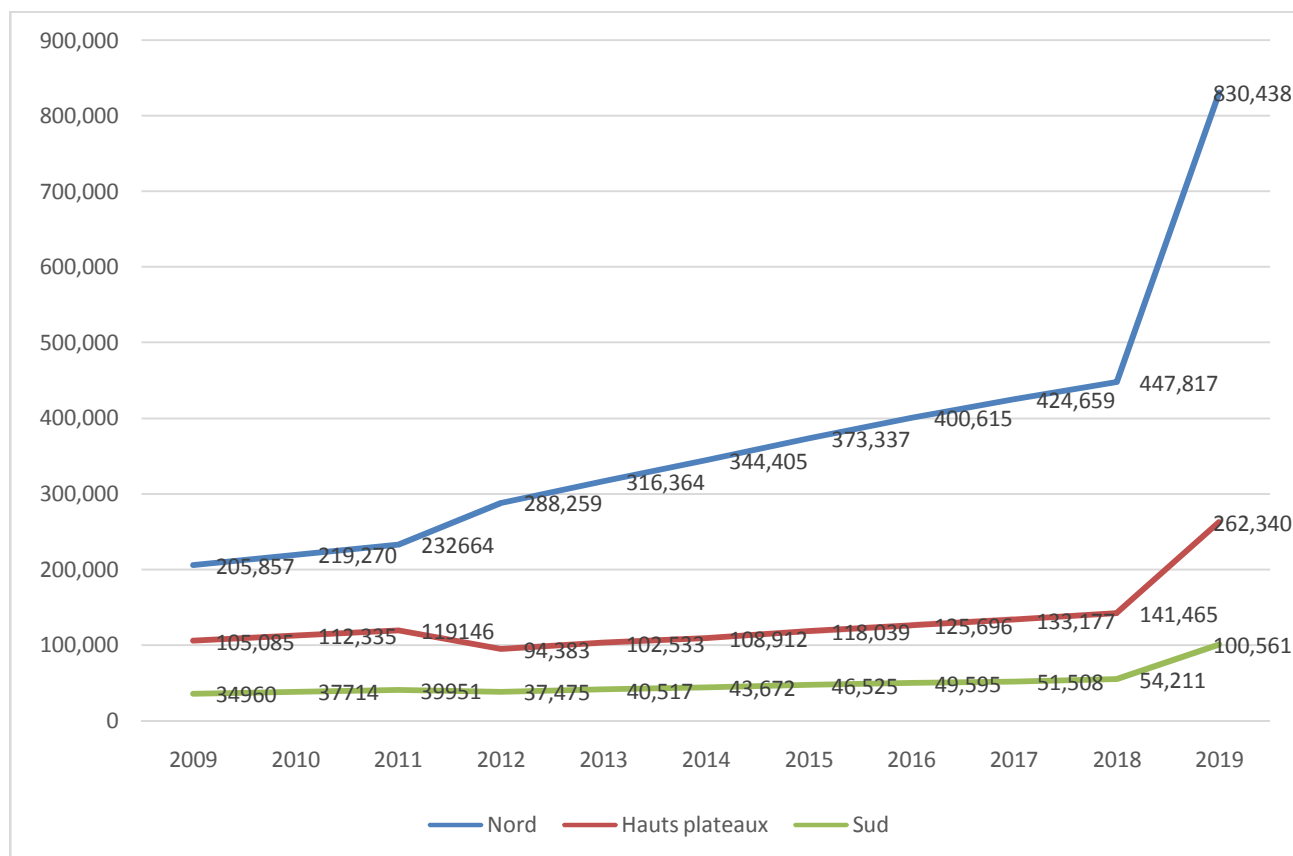
Le processus entrepreneurial des PME algérienne est fortement influencé par la logique administrative dans le sens où, les étapes de création de l'entreprise sont définies au préalable par les dispositifs de promotion

## Caractérisation du processus entrepreneurial : une analyse à partir des PME algériennes

de l'entrepreneuriat, de plus, les promoteurs s'investissent dans des projets définis dans la nomenclature des projets financés par les dispositifs d'aide à la création d'entreprises. De ce fait le processus entrepreneurial se rapporte peu au territoire à l'exception des secteurs dont les entreprises sont intensives aux ressources économiques spécifiques.

La dimension territoriale dans la création d'entreprise peut être appréciée à travers la répartition des entreprises à travers le territoire national telle qu'elle est illustrée à travers la figure ci-dessous.

Figure N° 8 : La répartition territoriale des PME (personnes morales) créées

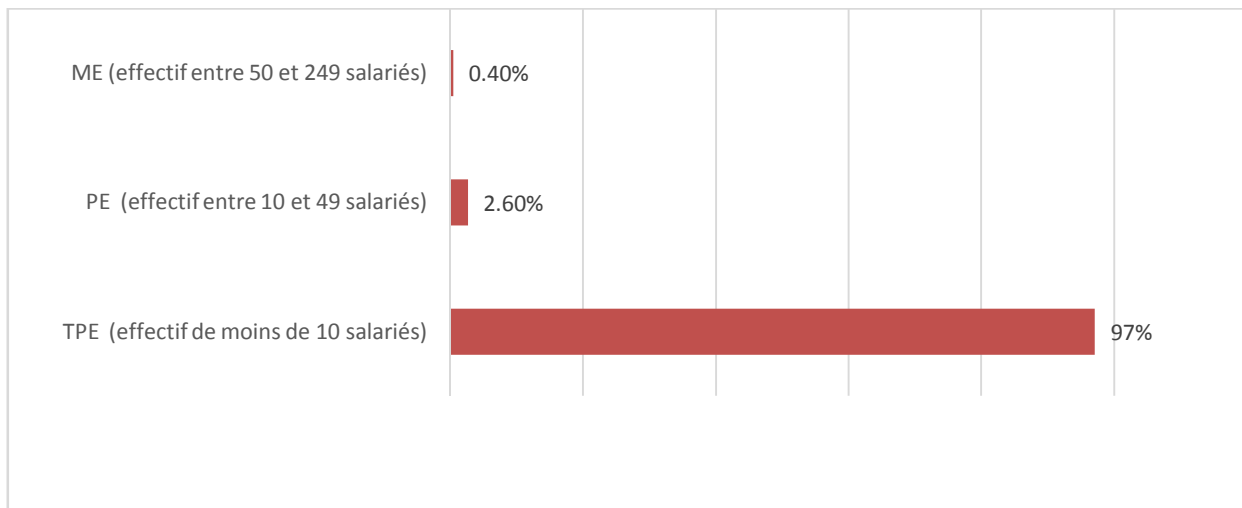


Source : réalisé par nos soins en exploitant les données des bulletins d'information statistique de la période 2009-2019

A travers cette figure on constate la surpopulation des entreprises dans les régions du nord par rapport aux hauts plateaux et aux régions du Sud. Cela s'explique par la position géographique favorables au nord (proximités aux ports et aux fournisseurs). Toutefois, le sud algérien regorge de ressources non valorisées ; l'impulsion de l'entrepreneuriat dans ses régions ne peut se faire qu'en encourageant les entreprises à développer une proximité avec ces régions.

L'analyse des données statistiques portant sur la création de PME en Algérie, nous a permis de constater l'existence des prédispositions à la territorialisation du processus entrepreneurial ; en effet, sur un total de 1193339 PME, 97 % à raison de 1157539 sont de très petites entreprises (TPE), 2,6% sont de petites entreprises (PE) à raison de 31027 PE, avec un effectif qui varie entre 10 et 49 salariés, et enfin 0,4% sont de moyennes entreprises (ME) à raison de 3042 ME (voir la figure ci-dessous).

Figure N°9 : La taille des PME créées jusqu'à la fin de l'année 2019



Source : Bulletin d'information statistique de l'entreprise n°36, Avril 2020, p.8

## 6. Conclusion :

La caractérisation des PME algériennes à travers les données statistiques que nous avons consultées et l'étude des étapes de créations d'entreprises proposées par les dispositifs d'appui à la création d'entreprises nous a permis de déduire la suprématie du caractère administratif dans les phases du processus entrepreneurial des PME. En effet, le temps nécessaire à la création de la PME se rapporte peu à la préparation et à la maturation du projet qu'aux échéances administratives qui alourdissent la procédure de création d'entreprises.

Au-delà des lourdeurs administratives dans le financement des projets, les promoteurs font face à une surévaluation des matériaux nécessaires à leur projet, notamment avec la chute des prix du baril de pétrole. Cette situation s'accompagne par la réévaluation des projets accusant des retards dans les phases du processus entrepreneurial.

La réussite d'un processus entrepreneurial en Algérie passerait par la prise en compte des spécificités économiques, matérielles et immatérielles en amont et en aval de tout exercice entrepreneurial, cette démarche devrait surpasser les effets d'imitation qui sont en grande partie source d'échec entrepreneurial.

L'entrepreneur algérien, s'est retrouvé face à des difficultés d'intégration qui tiennent au fait que la création de son entreprise s'est réalisée indépendamment de ses compétences, elle est liée par contre à un effet d'imitation collective.

La valorisation des spécificités économiques se rapporte plus au choix du lieu de localisation qu'à la disponibilité des ressources et aux rapports de proximité avec les autres acteurs économiques.

## 7. Liste des références

1. Andria, A. (2014). Un éclairage sur le processus entrepreneurial des mampreneurs. Étude exploratoire de leur dynamique effectuale. . Revue de l'Entrepreneuriat, 13, 11-33.
2. Aouni, Z., & Surlemont, B. (2007). Le processus d'acquisition des compétences entrepreneuriales : une approche cognitive. 5e congrès international de l'Académie de l'Entrepreneuriat, (pp. 1-21). Sherbrooke.
3. Badri, M. (2015). PME territoriales et développement régional en Algérie. Défis et perspectives. Etude du territoire du Ouest Algérien. Université Abou Bekr Belkaid de Tlemcen.
4. Bruyat, C. (1993). Création d'entreprise : Contributions épistémologiques et modélisation . Thèse de doctorat en sciences de gestion: Université Pierre Mendès, (Grenoble II), Ecole Supérieure des Affaires.
5. Chigara, H. (2017). La réalité de l'innovation dans les PME algériennes: Entre approches stratégiques et obstacles. Cas: La laiterie Soummam. Revue des Sciences Economiques, de Gestion et des Sciences Commerciales, n°17, 44-56.
6. Fayolle, A., & Degeorge, J. (2012). Dynamique entrepreneuriale. Le comportement de l'entrepreneur. Bruxelles: DeBoeck.
7. Foliard, S. (2010). La gestion des TPE classiques, entre territorialité et fidélité. Bordeaux, France.: CIFEPME.
8. Gaffard, J.-L. (2021). Entrepreneuriat et créativité : du détournement à la création de valeur. Revue d'économie industrielle, 174, 249-272. <https://doi-org.snd11.arn.dz/10.4000/rei.10430>.
9. Gartner, W. (1988). Who is an entrepreneur? Is the wrong question, Entrepreneurship Theory and Practice, 13(14). Entrepreneurship Theory and Practice, 13(14);.
10. Omrane, A., Fayolle, A., & Zeribi-Benslimane, O. (2011). Les compétences entrepreneuriales et le processus entrepreneurial : une approche dynamique . La Revue des Sciences de Gestion /5 (n° 251), p. 91-100.
11. Pepin, M., Tremblay, M., & Audebrand, L. (2017). L'entrepreneuriat responsable : cadre conceptuel et implications pour la formation. DOCUMENT DE TRAVAIL 2017-008. Faculté des sciences de l'administration, Université Laval Québec, Canada.
12. Shaver, K., & Scott, L. (1991). Person, Process and Choice: The psychology of New Venture Creation. Entrepreneurship Theory and Practice, Vol 16, N°2, pp 23-46;.
13. Tabet-Aouel Lachachi, W. (2014). le processus entrepreneurial en Algérie une adaptation du modèle de Gartner. Les cahiers du cread n°107-108, 29-50.
14. maghrebemergent. (2020), Emploi : combien a coûté le dispositif ANSEJ-CNAC-ANGEM à l'Algérie depuis sa création ? (analyse chiffrée), <https://maghrebemergent.net/emploi-combien-a-coute-le-dispositif-ansej-cnac-angem-a-lalgerie-depuis-sa-creation-analyse-chiffree/#:~:text=Selon%20une%20note%20d'analyse,%2C38%20milliards%20de%20dollars>),(consulté le 12/01/2022).
15. Bulletin d'information économique, N°6, 2004
16. Bulletin d'information économique, N°8, 2005
17. Bulletin d'information économique, N°10, 2006
18. Bulletin d'information statistique, N° 12, 2007
19. Bulletin d'information statistique, N° 14, 2008
20. Bulletin d'information statistique, N° 16, 2009
21. Bulletin d'information statistique de la PME, N° 18, 2010
22. Bulletin d'information statistique de la PME, N° 19, 2011
23. Bulletin d'information statistique de la PME, N° 20, Mars 2012
24. Bulletin d'information statistique de la PME, N° 22, Avril 2013
25. Bulletin d'information statistique de la PME, N° 24, Avril 2014
26. Bulletin d'information statistique de la PME, N° 26, Avril 2015
27. Bulletin d'information statistique, N° 28, Mai 2016
28. Bulletin d'information statistique, N° 30, Mai 2017
29. Bulletin d'information statistique, N° 32, Mai 2018
30. Bulletin d'information statistique, N° 34, Avril 2019
31. Bulletin d'information statistique, N° 36, Avril 2020