



**Business School**

**WORKING PAPER SERIES**

**Working Paper**

2014-150

**L'entrepreneuriat en Algérie : quels enjeux pour quelles réalités ?**

Widad Guechtouli  
Manelle Guechtouli

<http://www.ipag.fr/fr/accueil/la-recherche/publications-WP.html>

IPAG Business School  
184, Boulevard Saint-Germain  
75006 Paris  
France

IPAG working papers are circulated for discussion and comments only. They have not been peer-reviewed and may not be reproduced without permission of the authors.

# **L'entrepreneuriat en Algérie : quels enjeux pour quelles réalités ?**

*Widad Guechtouli*  
*Manelle Guechtouli*

IPAG Business School, Paris et Nice

---

## **Résumé**

Notre article s'intéresse au concept d'entrepreneuriat et à la création d'entreprise en Algérie. Partant d'un constat de prise de conscience collective autour de ces concepts, notre étude questionne la réalité du terrain concernant d'une part, les initiatives mises en place par le gouvernement et d'autre part, les enjeux et difficultés (économiques, sociales et sociétales) qui peuvent les entraver.

**Mots clés : entrepreneuriat, création d'entreprise, culture, barrières, Algérie.**

## Introduction

La place de l'entrepreneuriat dans l'économie algérienne semble devenir une préoccupation majeure et récurrente. Le nombre de mesures mises en place par l'état algérien ces dernières années en atteste. Des formations en entrepreneuriat voient le jour dans l'enseignement supérieur et des colloques autour des thématiques entrepreneuriales sont organisés. Cette effervescence autour des pratiques de l'entrepreneuriat résulte d'abord d'une amélioration des conditions sécuritaires et politiques dans le pays et d'une prise de conscience du gouvernement quant à l'importance de la création d'entreprise pour la relance économique. En effet, l'entrepreneuriat serait pour l'Algérie un moyen de développement économique permettant en plus de la réalisation de la valeur ajoutée et de l'amélioration de la croissance nationale, de lutter contre le chômage et le travail informel (Benredjem, 2010). Pour autant, l'entrepreneuriat serait-il le nouveau moteur de l'économie en Algérie comme le suggèrent certains auteurs (Ait-Ziane et Ait-Ziane, 2006 ; Benredjem, 2010)? La question de cette communication est simple : quels sont les enjeux et les réalités de l'entrepreneuriat en Algérie ? En d'autres termes, comment l'entrepreneuriat est-il perçu, véhiculé et mobilisé dans l'économie algérienne ?

Pour répondre à ces questions, nous proposons une analyse institutionnelle de l'entrepreneuriat en Algérie, dans la mesure où certaines institutions sociales ont une influence sur la manière dont les individus perçoivent le rôle social d'un entrepreneur et leur ambition à devenir entrepreneurs (Licht et Siegel, 2006).

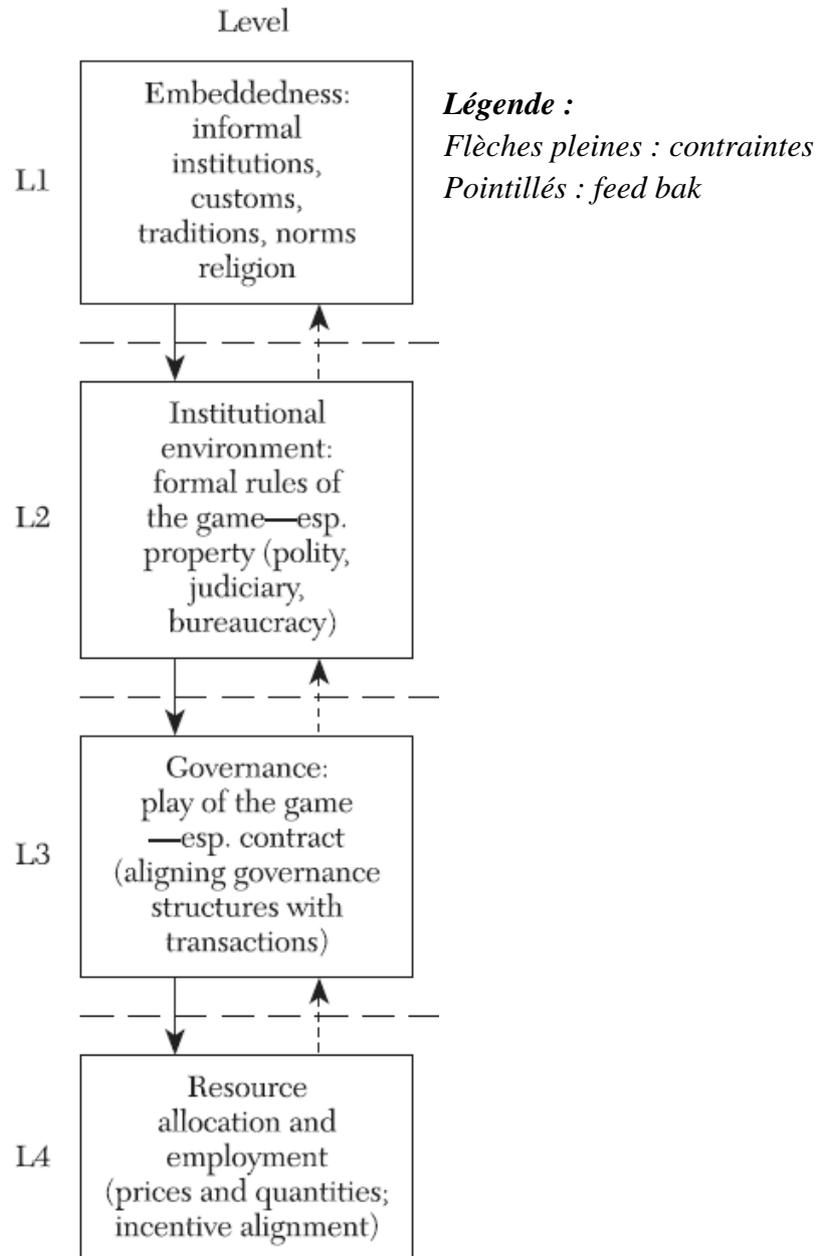
Pour cela, nous avons choisi de nous baser sur le modèle de Williamson (2000) qui prend enracinement au sein de la Nouvelle Economie Institutionnelle (NEI) et qui distingue quatre niveaux d'analyse au sein du système social.

Niveau 1 : Le niveau d'encastrement social (*social embeddedness level*)

Ce niveau d'analyse, souvent utilisé par les sociologues et les historiens, s'intéresse globalement aux règles ou contraintes informelles comme les normes, les coutumes, les mœurs, les traditions et autres codes de conduite qui sont encadrés dans la société et dans les réseaux sociaux. Il s'agit d'institutions informelles ayant des origines souvent spontanées. Ici, religion et culture jouent un rôle important. De plus, ce niveau est presque figé car les évolutions y sont extrêmement lentes.

Niveau 2 : L'environnement institutionnel ou « les règles du jeu »

Ce niveau s'intéresse aux règles formelles en vigueur. Essentiellement les lois, constitutions et les droits de propriété (North, 1991). Le but étant de s'arranger pour que les règles du jeu soient bonnes (« *get the formal rules of the game right* »).



**Figure 1 Extrait du modèle de Williamson 2000, p.597.**

On observe dans ce niveau les fonctions exécutives, législatives, judiciaires et bureaucratiques mises en place par le gouvernement ainsi que la distribution des pouvoirs à travers les différents niveaux du gouvernement (fédéralisme). Ainsi, le rôle du gouvernement est essentiellement de définir et d'imposer des lois autour des droits de propriété et des contrats. Les règles établies seront remises en question par les grands changements environnementaux (guerres, crises, etc.).

Niveau 3 : la gouvernance des relations contractuelles

L'analyse s'intéresse ici à façon dont le jeu est joué (*play of the game*) et se base essentiellement sur les transactions. Ces transactions sont organisées par des structures de

gouvernance qui cherchent à maintenir l'ordre, minimiser les conflits et à assurer la réalisation de gains mutuels. Le but ici est de faire en sorte que les structures de gouvernance soient bonnes (« *get governance structures right* »). Autrement dit, assurer l'alignement des structures de gouvernance sur les transactions. L'évolution à ce niveau reste relativement lente car c'est là où les institutions de gouvernance se trouvent. Ces institutions mènent à la constitution d'organismes tels que des ONG, les gouvernements locaux, etc.<sup>1</sup>. De plus, les incitations dépendent essentiellement de la structure de gouvernance.

Niveau 4 : L'allocation des ressources

Ce niveau identifie le point d'ajustement qui se définit par les prix et les quantités et détermine le mécanisme d'allocation de ressources (règles impactant l'emploi ou le système de sécu sociale par exemple)<sup>2</sup>. Ici, le changement se fait rapidement et en continu.

Ce dernier niveau s'intéresse principalement aux questions d'allocation de ressources et de coûts de transaction, et ne traite pas d'institutions sociales (Licht et Siegel, 2006). Il n'est donc pas pertinent le cadre de notre analyse.

A l'instar des auteurs précédents, nous allons nous limiter aux trois premiers niveaux d'analyse en nous basant sur la NEI comme grille de lecture, qui met principalement en avant les niveaux 2 et 3, comme le souligne Reberieux (2003).

Notre article est organisé en deux parties. Dans la première nous proposons un état des lieux pour replacer le concept d'entrepreneuriat dans le contexte du tissu économique algérien. Dans la seconde nous analysons les réalités du terrain en termes d'entrepreneuriat et de création d'entreprises en Algérie, en nous basant sur le modèle d'analyse de Williamson (2000).

## **1. Etat des lieux de l'entrepreneuriat en Algérie**

### **1.1. Contexte et dynamique entrepreneuriale en Algérie**

L'Algérie est le plus grand pays du Maghreb avec une population de près de 36 millions d'habitants en 2009 (source Rapport Invest in Med, 2010), un taux d'activité de 41,4% et un taux de chômage de 10,2% (selon l'office Nationale des Statistiques, 2009)<sup>3</sup>. Le tissu économique algérien est fragmenté et essentiellement constitué de petites entreprises (Toumi et Bouzidi, 2007).

Dans les années 1990, l'Algérie a connu un bouleversement économique, en passant d'une économie socialiste à une phase de transition vers l'économie de marché. Le gouvernement

---

<sup>1</sup> CONTE, B., "L'intégration de la dimension institutionnelle dans le processus d'ajustement", [http://conte.u-bordeaux4.fr/Enseig/Lic-ecod/docs\\_pdf/INstitutions.htm](http://conte.u-bordeaux4.fr/Enseig/Lic-ecod/docs_pdf/INstitutions.htm)

<sup>2</sup> Idem

<sup>3</sup> Enquête emploi auprès des ménages collection Algérie N° 126, 132, 139, 146).

algérien a engagé un certain nombre de réformes économiques s'éloignant du modèle socialiste qui a prévalu jusque-là, et qui s'est caractérisé par « un mécanisme de gestion et de coordination de type planifié, et la propriété publique sur l'outil de production et de distribution » (Boukhari, 2009, p. 2), ainsi que par un monopole exercé par les entreprises publiques dans le secteur de l'industrie.

Par ailleurs, l'économie algérienne a la particularité d'être une économie rentière qui dépend à plus de 90% des ressources d'hydrocarbures. En 2007, l'Algérie a réalisé des recettes en devises excédant les 60 milliards de dollars et des réserves en devises dépassant les 100 milliards de dollars, qui lui ont permis d'assainir sa dette externe. Cela ne suffit toutefois pas à améliorer la croissance économique du pays, ce qui a induit un changement important dans l'économie algérienne (Benredjem, 2010).

Ce changement introduit est basé sur la libéralisation des marchés. L'initiative entrepreneuriale privée est dès lors encouragée. L'Etat algérien prend conscience du rôle important des PME/PMI dans le développement de la croissance économique algérienne. Des initiatives sont prises pour encourager leur extension, notamment par le biais de la loi d'orientation sur la promotion de la P.M.E., en 2001. Par ailleurs, l'Etat donne une forte impulsion politique, en créant un Ministère délégué, une Agence Nationale pour la Promotion des PME, ainsi que des fonds de Caution et de Promotion. Les PME/PMI connaissent un essor considérable (Gillet, 2003). L'entrepreneuriat en Algérie est en pleine expansion. Le nombre d'entrepreneurs TEA<sup>4</sup> actifs a atteint 3,6 millions en Algérie et environ 20 % des entreprises nouvelles se trouvent dans les secteurs de la transformation, à savoir, la fabrication, la construction et la distribution (source rapport GEM, 2009).

## 1.2. La provenance des entrepreneurs

Les entrepreneurs algériens proviennent essentiellement du secteur privé. Le tableau 3 souligne qu'une majorité d'entrepreneurs naissants travaillent dans des PME moyennes (45%). Environ 20 % travaillent dans des petites ou des grandes entreprises privées et 30% environ dans des TPE tout en cherchant activement à créer une entreprise (Source : Rapport GEM 2009).

Pays	Secteur public	Micro-entreprise privée (< 10 salariés)	Petite entreprise privée (10-49 salariés)	Moyenne entreprise privée (50-249 salariés)	Grande entreprise privée (>250 salariés)
Algérie	11,2%	27,9%	22,4%	45,1%	19,5%

**Tableau 1 Provenance des entrepreneurs en Algérie**

Source : Extrait du Rapport GEM 2009, p.22.

<sup>4</sup> Taux de prévalence de l'Activité Entrepreneuriale.

Le tableau ci-dessus révèle que les employés du secteur privé en Algérie, sont plus susceptibles d'être impliqués dans des activités entrepreneuriales naissantes que les employés du secteur public. Ce constat est directement lié à la motivation première des entrepreneurs dans la mesure où une majorité d'entre eux est motivé par l'opportunité plutôt que par la nécessité<sup>5</sup> lors d'une création d'entreprise. En effet, la majorité des entrepreneurs en phase de démarrage d'une activité entrepreneuriale appartiennent au groupe de revenu du tiers supérieur en Algérie (Rapport GEM, 2009).

### **1.3. La place des femmes entrepreneures**

Le nombre de femmes entrepreneures en Algérie reste relativement faible (9439 femmes, soit 3% du tissu économique algérien selon la Banque Mondiale en 2007), avec une majorité dans l'artisanat (2830 selon l'ANGEM). Ce constat contraste avec la part des femmes dans le nombre total des entrepreneurs naissants. En effet, elles représentent 40 % des entrepreneurs naissants en Algérie (source : Rapport GEM 2009). Cependant, ces chiffres sont à relativiser car il semble difficile d'avoir des statistiques fiables sur les femmes chefs d'entreprise car la majorité sont des prête-noms utilisés par leurs proches de l'autre sexe pour l'obtention du registre de commerce (source : Rapport Invest in Med, 2010). La parité Hommes-femmes qui apparaît relativement équilibrée (1,5 hommes pour 1 femme) reste toute relative (source, Rapport GEM 2009). Trois principales difficultés sont soulevées par les femmes entrepreneures en Algérie (source : Rapport Invest in Med, 2010). D'abord, la lenteur et la lourdeur des procédures administratives ; ensuite, les difficultés d'accès au marché ; enfin, les difficultés à attirer/trouver du personnel compétent.

### **1.4. Le financement et la place de l'investisseur**

Les sources de financement externe varient selon les pays, mais les sources les plus courantes dans les sept pays du GEM<sup>6</sup> sont les membres de la famille immédiate, d'autres parents, et les amis ou voisins (source rapport GEM, 2009). Les investisseurs informels, définis par le GEM comme des adultes ayant personnellement apporté des fonds pour la création d'une nouvelle entreprise par une autre personne au cours des trois dernières années, jouent un rôle important dans le soutien aux efforts de démarrage des entrepreneurs dans de nombreux pays. Ils sont estimés à 6,6 % de la population âgée entre 18 et 64 ans, en Algérie.

Par ailleurs, afin de faciliter l'accès au financement des PME, l'Etat algérien a mis en place un certain nombre de dispositifs. Ces dispositifs sont soutenus par la création d'agences nationales pour aider au financement des projets entrepreneuriaux, principalement lorsqu'il s'agit de micro-financement.

Ces agences ont été créées au début des années 1990, avec pour objectif principal de faciliter l'accès au financement pour les entrepreneurs. Ces derniers peuvent bénéficier d'un crédit pour lequel ces agences se portent garantes, ainsi que des prêts non rémunérés et une

---

<sup>5</sup> Le rapport GEM (2009) stipule que plus de 80 % des entrepreneurs (à un stade précoce) sont motivés par l'opportunité.

<sup>6</sup> Voir rapport Global Entrepreneurship Monitor, 2009 (Moyen orient Afrique du Nord)

bonification de taux d'intérêts pour les autres types de crédits bancaires. Ces agences diffèrent principalement par rapport à leur clientèle cible.

Parmi ces agences, nous pouvons citer l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi de Jeunes (ANSEJ). Créée en 1990, elle cible les jeunes chômeurs entre 19 et 35 ans, qui souhaitent créer leur propre micro-entreprise. Un dispositif d'autant plus pertinent en sachant que 70% des chômeurs sont âgés de moins de 30 ans (données CNES<sup>7</sup>). La limite d'âge du candidat peut être portée à 40 ans, si le projet proposé génère au moins trois emplois permanents. A travers des agences réparties sur tout le territoire algérien, l'ANSEJ offre des aides au financement à travers des crédits accordés par des banques nationales conventionnées, auprès desquelles elle dépose elle-même les dossiers validés des jeunes porteurs de projets. Un fond de garantie a également été créé en 1998 afin de donner plus de facilités aux PME pour l'accès au financement.

A la fin du mois d'août 2011, l'ANSEJ a reçu 165 258 dossiers de candidature pour la création de PME par le biais du dispositif ANSEJ. Le nombre de projets financés est en constante évolution, passant de 8500 dossiers lors de sa création, à 20 848 en 2009, à 22 641 en 2010 pour un nombre total de 61 118 PME financées, qui ont permis la création de 72 942 emplois directs (Maghreb Emergent, édition du 14 septembre 2011).

D'autres agences peuvent également être citées telles que l'Agence Nationale pour la Gestion du Microcrédit (ANGEM), créée en 2004, et qui a pour mission de favoriser la création de micro-entreprises dans les zones urbaines et rurales, et d'encourager l'émergence d'activités économiques et culturelles génératrice de revenus dans les zones rurales.

Par ailleurs, la Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC) propose aussi une aide à la création d'activité, pour les chômeurs âgés entre 30 et 50 ans. A travers des partenariats avec des ministères et institutions étatiques, la CNAC s'assure que toutes les conditions sont réunies afin de permettre la concrétisation du plus grand nombre de projets. Les services qu'elle propose portent aussi bien sur des aides financières qui se rapprochent beaucoup de ce que fait l'ANSEJ (prêt triangulaire mettant en relation le jeune entrepreneur, la CNAC et une institution bancaire), que sur l'accompagnement à toutes les phases du projet.

### **1.5. De l'entrepreneuriat par incubation**

En décembre 2009, un incubateur a été créé au Cyberparc de Sidi Abdellah, dans la wilaya d'Alger. Placé sous la tutelle de l'Agence Nationale de Promotion et de Développement des Parcs Technologiques, cet incubateur est spécialement dédié aux startups, et offre aux entrepreneurs innovants l'opportunité de démarrer leur projet dans un environnement dynamique, orienté vers l'innovation. Des formations et un accompagnement sont assurés tout au long du projet, jusqu'à son lancement. L'incubateur joue également le rôle d'intermédiaire auprès des banques et des agences de promotion de l'entrepreneuriat, telles que l'ANSEJ (cf. ci-dessus).

---

<sup>7</sup> CNES (Conseil National Economique et Social)

Les porteurs de projets doivent soumettre un dossier de candidature, et soutenir leur projet devant un jury, qui décidera de la recevabilité de leurs candidatures. L'incubateur héberge une vingtaine de projets par an, pour une période allant de 24 à 30 mois. Il se donne également pour objectif la création de 15 startups par an. Dans le même esprit, un second incubateur a été inauguré en juin 2011 à Annaba.

### **1.6. Des initiatives privées pour la promotion de l'entrepreneuriat en Algérie**

Il existe également des initiatives provenant d'acteurs économiques privés, avec, à chaque fois, un objectif similaire, celui de la promotion de l'intention et l'action entrepreneuriale. Des initiatives à l'image de l'Académie Algérienne de l'Entrepreneuriat, créée en octobre 2010, qui tente par des actions de sensibilisation et par voie de concours, de donner une visibilité à de jeunes porteurs de projets issus du monde universitaire, toutes filières confondues.

Dans une perspective similaire, la diaspora algérienne aux Etats-Unis joue également un rôle actif. L'Algerian Start up Initiative (ASI) a été créée en 2009, par le biais d'un partenariat entre des entreprises algériennes et des sociétés leaders dans le domaine des NTIC aux Etats-Unis. ASI organise annuellement un concours du meilleurs business plan, destinés aux porteurs de projets de startups. Les lauréats du concours bénéficient d'une incubation à l'incubateur de Sidi Abdellah à Alger (cf. ci-dessus), de séances de conseils et de coaching et d'un fonds d'investissement de la Silicon Valley.

Cette même diaspora a annoncé en octobre 2011 la création d'un fonds d'investissement algéro-américain appelé « Casbah Business Angels », introduisant ainsi un nouveau mode de financement en Algérie.

## **2. Entrepreneuriat en Algérie, une analyse institutionnelle**

En nous basant sur le modèle de Williamson (2002), nous proposons une analyse institutionnelle de l'état de l'entrepreneuriat en Algérie dans le but de comprendre les éléments pouvant constituer un frein au développement de l'entrepreneuriat en Algérie. Rappelons que nous ne retenons que les trois premiers niveaux d'analyse que présente ce modèle

### **2.1. Niveau 1 : Le niveau d'encastrement social**

Ce niveau s'intéresse aux éléments ayant trait à la culture d'un pays (normes, traditions, religion...).

Parmi les pays du GEM-MOAN, l'Algérie se distingue comme ayant les attitudes les moins favorables à l'entrepreneuriat.

- Seuls 57 % des adultes algériens perçoivent l'entrepreneuriat comme un bon choix de carrière (contre plus de 80 % des adultes dans les autres pays du GEM-MOAN) ;

- seuls 58 % pensent que les entrepreneurs ont un statut et un niveau de considération élevés (plus de 75 % dans les autres pays du GEM-MOAN) ;
- et seuls 39 % déclarent découvrir régulièrement des histoires d'entrepreneurs brillants dans les médias publics (le troisième niveau le plus bas parmi les 55 pays du GEM).

Ensemble, ces indicateurs suggèrent une culture d'entrepreneuriat beaucoup plus faible dans la société algérienne (Source rapport GEM, 2009).

Ces résultats concordent avec ceux développés par Calza *et al* (2010) qui démontrent que la culture algérienne manque d'orientation vers la performance. En ce sens, elle ne permet pas aux individus de s'orienter vers une performance compétitive qui leur permettrait de tendre vers l'excellence en étant innovants et ouverts vers l'extérieur. De plus, les auteurs montrent que la culture algérienne encourage l'aversion au risque et à l'incertitude. Leurs résultats stipulent que l'aversion au risque est inversement proportionnelle à la capacité d'innovation. Les acteurs n'aimant pas prendre de risques sont par conséquent peu innovants et peu créatifs.

Benredjem (2010) arrive à la même conclusion concernant la peur de l'échec et l'aversion pour le risque. En effet, 63% des personnes interrogées dans son étude identifient la peur de l'échec comme un obstacle à la création d'entreprise.

Par ailleurs, Guechtouli et Guechtouli (2011) démontrent également un manque de leadership au sein de leur échantillon en expliquant cela par un autre facteur très présent dans la culture algérienne : la religion. En effet, cette religion, clairement anti-individualiste, incite au partage et à la générosité. Culturellement, une personne qui cherche ses intérêts personnels (ou purement économiques) est une opportuniste au sens péjoratif du terme. Elle risque d'être exclue de la communauté. De plus, Benredjem démontre que la différence des niveaux de vie n'est pas facilement acceptée dans son échantillon. « Les algériens, encore marqués par la culture socialiste où la notion de classe n'existait pas, n'apprécient pas les gens qui gagnent beaucoup d'argent en entreprenant. Souvent la notion de richesse est liée au phénomène de corruption, de blanchiment d'argent et d'argent facile » (Benredjem, 2010, p. 10).

## **2.2. L'environnement institutionnel :**

Comme précisé précédemment, sont regroupés ici ce que Williamson appelle « les règles du jeu ». Nous présentons dans ce qui suit des données relatives à la protection du droit de propriété ainsi qu'à la bureaucratie qui régit les procédures liées à la création d'entreprise.

### **2.2.1. Les procédures liées à la création d'entreprise :**

Pour créer son entreprise, l'entrepreneur Algérien doit réaliser 14 procédures différentes dans une démarche relativement longue (25 jours). Le coût de l'enregistrement d'une entreprise par le rapport du produit national brut par habitant (PNB/habitant) s'élève à 12,1 % en Algérie. A titre indicatif, le coût d'enregistrement est quasi-nul dans les pays développés (notamment 1,1% en France et 0,9% au Canada) et s'élève à 11,5% au Maroc et 8,3% en Tunisie.

En ce qui concerne l'apport minimum du capital de l'entreprise, le calcul est également en pourcentage du PNB/habitant. L'Algérie avec un apport minimum de 30,6% du PNB/h se place devant le Maroc avec 59,8% du PNB/h. La Tunisie réduit l'apport à 25,3% du PNB/h alors qu'en France et au Canada l'apport est quasiment nul.

Finalement, on remarque que les conditions de création d'entreprise sont loin d'être optimales en Algérie et l'activité entrepreneuriale diffère d'un pays à l'autre. Une étude récente<sup>8</sup> montre que l'Algérie possède un taux d'entrepreneuriat naissant de 11,6% avec un taux de propriété de 5,6%. Ces taux sont relativement importants par rapport aux taux en pratique au Maroc, en Tunisie, en France et en Espagne. On remarque également que les activités entrepreneuriales sont majoritairement à un stade précoce (16,7%) contre 4,7% d'entreprises établies. Ce qui souligne la difficulté en termes de pérennité pour les entreprises créées. Dans les autres pays, les deux taux s'équilibrent globalement. De plus, on remarque que l'Algérie possède un taux important (7,9%) d'activités entrepreneuriales discontinues. Ce taux est beaucoup plus faible dans les autres pays.

Pays	Taux d'entrepreneuriat naissant (%)	Taux de propriété d'une nouvelle entreprise (%)	Activité entrepreneuriale à un stade précoce (TEA) (%)	Taux de propriété d'une entreprise établie (%)	Activité entrepreneuriale discontinuée (%)	Motivé par la nécessité (% de TEA)
Algérie	11,3	5,6	16,7	4,7	7,9	18
Maroc	6,9	9,4	15,8	15,2	3,7	25
Tunisie	2,2	7,2	9,4	10,2	4,8	20
France	3,1	1,4	4,3	3,2	1,9	14
Espagne	2,3	2,8	5,1	6,4	2	16

**Tableau 2 L'activité entrepreneuriale**  
Source : EXTRAIT DE GEM APS, 2009.

L'Algérie semble être dans une position peu avantageuse pour la majorité des procédures liées à la création d'entreprise. L'un des principaux indicateurs est le nombre de démarches administratives pour enregistrer une nouvelle société. En Algérie il faut 14 démarches ou procédures pour enregistrer une entreprise. Ce nombre est supérieur à celui de la Tunisie (10 procédures) et presque le triple de ce qui se passe au Maroc et en France (respectivement 6 et 5 démarches).

Le traitement des procédures par les organismes compétents en Algérie dure 25 jours, alors qu'au Maroc la durée est de 12 jours, en Tunisie elle est de 11 jours, en France 7 jours suffisent.

<sup>8</sup> Etude GEM MENA 2009.

Indicateurs	Algérie	Maroc	Tunisie	France	Espagne	Meilleure performance
Création d'entreprise (rang)	153	93	56	25	133	Nouvelle Zélande
Nombre de procédures	14	6	10	5	10	Canada
Nombre de jours	25	12	11	7	28	Nouvelle Zélande
Coût (revenu per capita)	12,1	15,7	4,2	0,9	4,7	Danemark

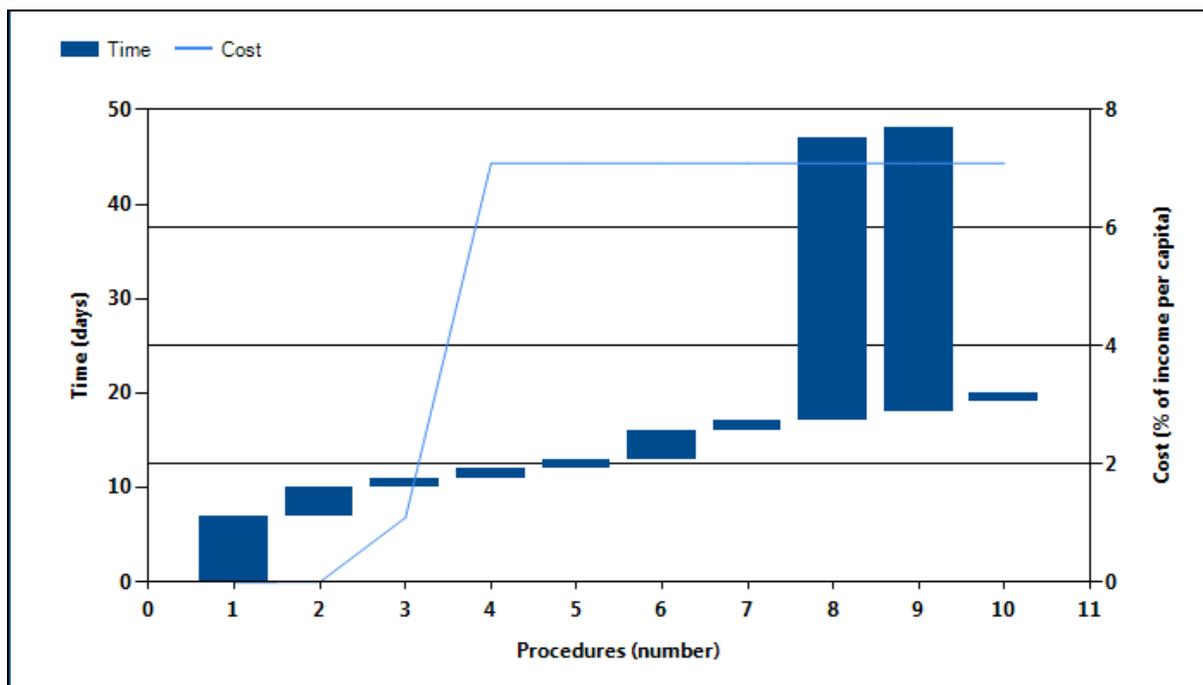
**Tableau 3 La position de l'Algérie en termes de facilité de création d'entreprise**

Source : Extrait du Rapport Doing Business 2012

Comme il apparaît dans le tableau ci-dessus, l'Algérie est classée à la 153<sup>ème</sup> place en termes de facilité de création d'entreprise. Aucune réforme n'a toutefois été engagée depuis 2009, pour améliorer ce classement (Source Rapport Doing Business 2012). L'une des difficultés majeures mises en perspective dans la littérature est la lenteur administrative (Assala, 2006).

### **2.2.2. Les droits de propriété :**

En Algérie, l'enregistrement des droits de propriété prend 48 jours, et comprend 10 procédures (cf. Figure 2). Ces données ont sensiblement évolué puisque jusqu'en 2009, le nombre de procédures s'élevait à 14, tandis qu'il fallait compter 51 jours pour les accomplir. La facilité d'enregistrement des droits de propriétés est pourtant un élément important qui assure un plus grand nombre d'entreprises créées, la réduction du nombre d'entreprises qui disparaissent et plus de régularité dans la taille des entreprises créées (Desai, Gompers and Lerner, 2003).



**Figure 2 L'enregistrement des droits de propriété en Algérie**

Source : Rapport Doing Business 2012

En comparaison avec les données d'autres pays (Maroc, Tunisie, France et Espagne), on se rend compte qu'encore une fois, l'Algérie est moins bien classée que ses voisins. Pour cause, elle occupe la 167<sup>ème</sup> place (sur 183) en termes de facilité d'enregistrement des droits de propriétés, comme le démontre le tableau ci-dessous.

Indicateurs	Algérie	Maroc	Tunisie	France	Espagne
Facilité d'enregistrement des droits de propriété (rang)	167	144	65	149	56

**Tableau 4 Facilité d'enregistrement des droits de propriété**

Source : Extrait du Rapport Doing Business 2012

Ces résultats peuvent jouer un rôle dans le mauvais classement de l'Algérie en termes de création d'entreprises. En effet, les droits de propriété conditionnent la décision d'investir dans un projet ou non. Dans un pays où la protection des droits de propriété est incertaine, on aura tendance à peu investir, même si l'accès au crédit est simplifié. Il est alors plus urgent d'engager des réformes pour sécuriser les droits de propriété que des réformes pour améliorer le système bancaire (Johnson *et al*, 1999).

### 2.3. Alignement de la gouvernance sur le processus de création d'entreprise ?

L'analyse du terrain montre qu'il y a un manque d'alignement entre les structures de gouvernance et les transactions, principalement en ce qui concerne les institutions d'aide au micro-financement mises en place par l'Etat, l'accès au financement par les porteurs de projets ainsi que le système d'éducation.

#### 2.3.1. Les difficultés d'accès au financement

L'accès au financement soulève des difficultés en termes de garanties, d'exigences administratives et de procédures demeurant trop longues et compliquées (source Rapport Invest in Med, 2010). Un système de financement efficace est pourtant indispensable car le pourcentage d'entrepreneurs naissants nécessitant un financement au-delà de leurs ressources personnelles s'échelonne de près de 70 % en Algérie (source, Rapport GEM).

En Algérie, une option beaucoup plus répandue pour les nouveaux entrepreneurs est le financement bancaire mais la situation n'est pas des plus favorables pour autant. Pour ce qui est de l'octroi de crédit, l'Algérie est classée 150<sup>ème</sup> par le rapport DB 2012 (de la banque mondiale) pour un total de 183 pays. Elle se place respectivement à la 79<sup>ème</sup>, 164<sup>ème</sup> et 127<sup>ème</sup> place pour ce qui est de la protection des investisseurs, le paiement des taxes et le commerce extérieur. Le seul paramètre financier où l'Algérie est relativement bien classée (59<sup>ème</sup> rang) est celui de l'insolvabilité.

Getting Credit - Rank	Protecting Investors - Rank	Paying Taxes - Rank	Trading Across Borders - Rank	Trading Across Borders - Time to export (days)	Trading Across Borders - Documents to import (number)	Resolving Insolvency - Rank	Resolving Insolvency - Time (years)	Resolving Insolvency - Cost (% of estate)
150	79	164	127	17	9	59	2.5	7

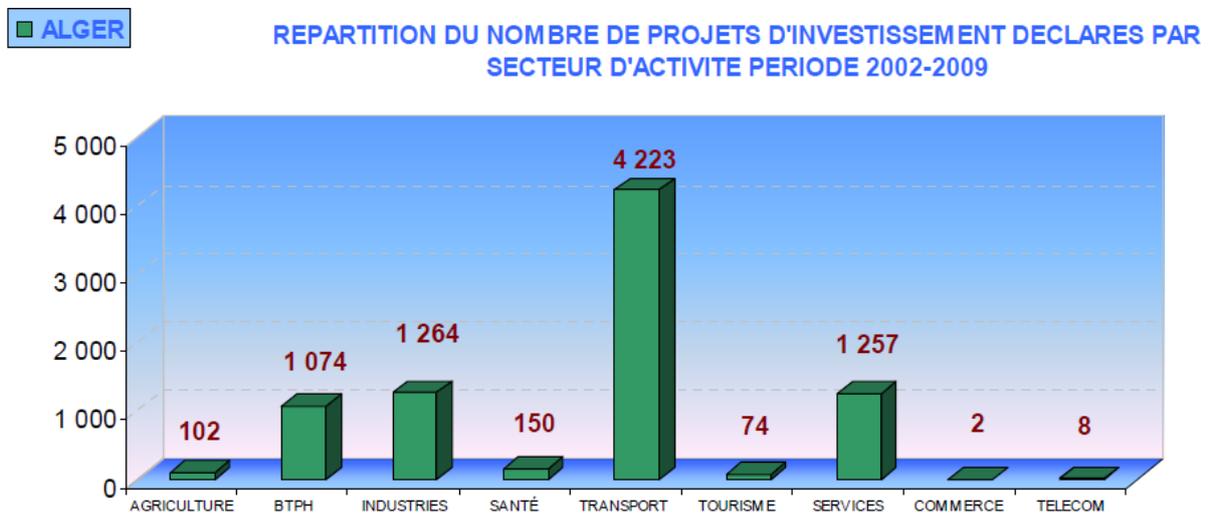
**Tableau 3 : Les indicateurs financiers pour l'entrepreneuriat en Algérie**

(Source : Rapport Doing Business 2012, World Bank)

Cependant, les banques et organismes de prêts restent très prudents lors de l'octroi de crédits. La principale cause à cela n'est pas le manque de liquidité, mais une aversion au risque très importante dans la mesure où la gestion du risque n'est pas bien maîtrisée par ces organismes. Face à une telle situation, d'autres modes de financement priment sur le financement bancaire, à savoir l'aide financière que le porteur de projet peut espérer trouver dans son réseau social (Benredjem, 2010). Dans cette perspective, la notion de réputation mise en avant par Licht et Siegel (2006) prend tout son sens.

Une autre raison qui freine l'accès au financement est que le taux de recouvrement par les organismes prêteurs reste relativement faible. Dans un entretien avec le directeur du crédit au Crédit Populaire Algérien (CPA) qui était en charge d'examiner les dossiers déposés dans le

cadre des différents dispositifs d'aide au micro-financement initiés par l'Etat, ce dernier nous confiait que, depuis quelques mois, les demandes de financement dans certains secteurs d'activités comme le transport et les services étaient presque systématiquement refusées. Pour cause, le taux de recouvrement dans ces secteurs est le plus faible. Or, c'est souvent les secteurs les plus demandés, comme le démontre la figure ci-dessous.



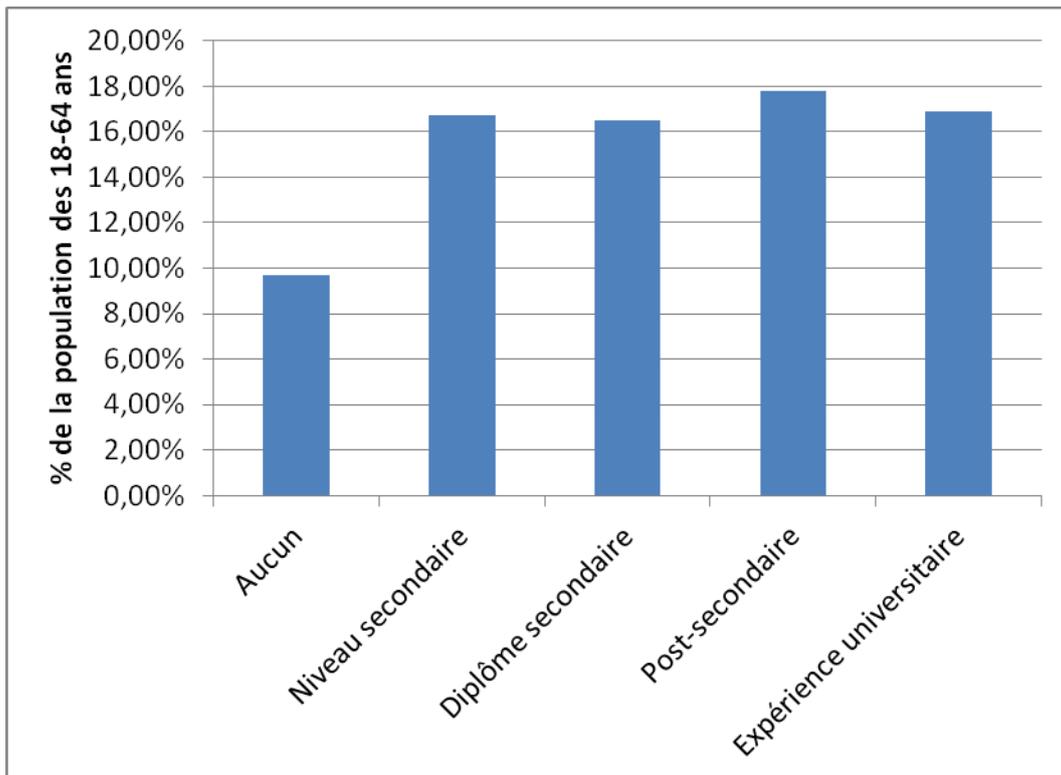
**Figure 3 Le nombre de projets d'investissement par secteur d'activité entre 2002 et 2009 à Alger (Source : ANDI, 2010).**

#### 2.4. Les compétences et la formation

L'Algérie possède le plus faible pourcentage d'adultes qui pensent posséder les connaissances et les compétences nécessaires pour démarrer une entreprise par rapport aux autres pays GEM-MOAN<sup>9</sup> (source rapport GEM 2009).

La figure 4 montre qu'il n'y a pas d'écarts significatifs entre les différents niveaux d'études pour les entrepreneurs Algériens et qu'environ 10% d'entre eux n'ont reçu aucune éducation. Seuls 17% environ possèdent un niveau universitaire.

<sup>9</sup> Moyen-Orient Afrique du Nord



**Figure 4 Niveau d'éducation pour une population des 18-64 ans**

L'étude menée par Bensedik (2009) souligne l'importance du facteur psychologique dans la réussite entrepreneuriale et montre que les jeunes entrepreneurs ont une perception positive à l'égard de leurs possibilités de réussite mais dénoncent un manque de formation (notamment dans le domaine de la gestion et de la comptabilité).

Benredjem (2010) arrive à la même conclusion à travers une étude empirique pratiquée auprès d'étudiants et de cadres algériens. Il y démontre que la majorité des répondants pense que l'enseignement favorise l'esprit d'initiative et la créativité. Or, cette majorité constate également que les formations en entrepreneuriat font encore défaut à l'enseignement dans les universités, et que les formations qui y sont dispensées ne donnent pas les notions nécessaires à la bonne compréhension de la vie des affaires.

En effet, très peu d'institutions d'enseignement supérieur étatiques (universités et écoles) proposent de formation en entrepreneuriat en post-graduation. Le constat est encore plus alarmant lorsqu'on sait que celles qui proposent un module d'entrepreneuriat avant la post-graduation sont encore moins nombreuses. Sur la wilaya d'Alger, seule EHEC Alger propose le module d'entrepreneuriat pour des étudiants de troisième année. Il faut généralement attendre la post-graduation pour que les étudiants puissent accéder à cette matière. Le constat est un peu plus rassurant dans les institutions d'enseignement supérieur privé, où des masters en entrepreneuriat sont développés. Cependant, l'accès à ces formations coûte généralement

assez cher, en moyenne 500 000 DA TTC par an, ce qui reste largement au-dessus de ce que peuvent se permettre les ménages moyens.

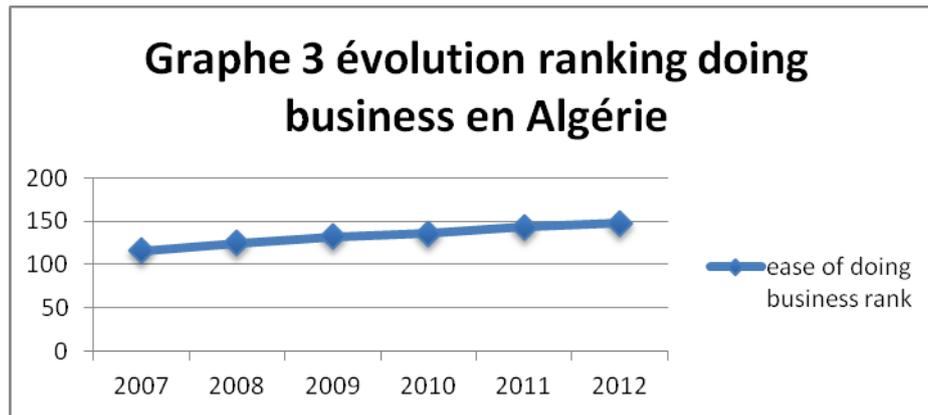
De plus, la répartition géographique des structures de formation obéit à des normes dictées par le découpage administratif plutôt qu'à des critères objectifs en lien avec les vocations naturelles et économiques des régions. Ainsi, le dispositif existant ne tient pas compte des demandes de qualifications émanant du marché du travail (Source : CNES).

Par ailleurs, malgré les nombreuses initiatives prises par l'Etat pour la promotion de l'entrepreneuriat, le rôle de ce dernier est à relativiser, car ces aides n'aboutissent pas toujours aux résultats escomptés. Prenons l'exemple de l'ANSEJ, qui a constitué un cadre d'analyse pour Bensedik (2009) qui a étudié la dimension psychologique dans la réussite entrepreneuriale. Cet auteur démontre que l'ANSEJ ne prend pas en considération la connaissance approfondie des caractéristiques psychologiques du jeune porteur de projet. Or, ces caractéristiques, telles que la motivation et les traits de personnalité, jouent un rôle important dans la réussite d'un projet entrepreneurial. Dans le même temps, il semble difficile pour les jeunes porteurs de projets de trouver des interlocuteurs compétents au sein de ces agences (Benredjem, 2010).

Par ailleurs, le manque de suivi des dossiers validés par des dispositifs à l'image de l'ANSEJ est souvent pointé du doigt. Aujourd'hui, il est très difficile d'avoir un état des lieux précis concernant le devenir des projets créés dans le cadre de ces dispositifs. Selon un sondage diffusé sur le site [www.mouqawalati.net](http://www.mouqawalati.net), 54% des répondants estiment que ces dispositifs sont des pièges à endettement, à cause du manque d'accompagnement des projets retenus, et l'absence de chiffres fiables.

## **Conclusion**

Notre étude montre que l'entrepreneuriat fait face à des contraintes importantes en Algérie. Qu'il s'agisse de financement, de compétences ou de formation, les mesures mises en place semblent avoir du mal à trouver écho dans la réalité. Malgré tous les efforts du gouvernement pour encourager et faciliter les démarches de l'entrepreneur, le rang de l'Algérie au classement de la banque mondiale n'a cessé de régresser ces dernières années en passant de la 116<sup>ème</sup> place en 2007 à la 148<sup>ème</sup> place en 2012.



Les raisons ayant conduit à cette situation sont nombreuses. D'abord la culture entrepreneuriale qui peine à trouver sa place dans une société où l'entrepreneur n'est pas toujours positivement perçu. L'état qui peine à mettre en place des mesures efficaces pour soutenir les initiatives entrepreneuriales et leurs financements. Les entrepreneurs enfin, qui manquent de formation dans des domaines élémentaires (comme la comptabilité ou la gestion) et qui éprouvent des difficultés à garantir une certaine pérennité pour leurs entreprises.

Finalement, les contraintes actuelles, les évolutions économiques et politiques, encouragent la réflexion autour de la problématique de l'entrepreneuriat en Algérie. Le concept doit être profondément repensé et le débat autour de la place prépondérante de l'entrepreneur dans l'économie algérienne renouvelé.

### Références

Ait-Ziane, K et Ait-Ziane, H (2006), **Territoire et entrepreneur innovateurs : Cas de l'Algérie**, Colloque international « Création d'entreprises et territoires », Tamanrasset, 3 et 4 décembre 2006.

Assala, K, (2006), **PME en Algérie : de la création à la mondialisation**, 8ème CIFE PME, 25-27 octobre 2006, Fribourg, Suisse.

Benredjem, R. (2010), **L'intention entrepreneuriale : l'influence des facteurs liés à l'individu et au milieu**, Cahier de recherche du CERAG:2009-21 E4halshs-00528755, version 1 - 22 Oct 2010 (centre d'Etudes et de Recherches appliquées à la Gestion CNRS UMR 5820).

Bensedik (2009), **La dimension psychologique dans la réussite entrepreneuriale ?**, 4<sup>ème</sup> Rencontres Jeunes & Sociétés en Europe et autour de la Méditerranée. 26-28 mars 2009, Italie.

Boukhari, M. (2009), **Rôle de l'État vis-à-vis des TPE/PME dans un pays nouvellement adhérent à l'économie de marché : cas de l'Algérie**, « La vulnérabilité des TPE et des PME dans un environnement mondialisé », 11<sup>ème</sup> Journées scientifiques du Réseau Entrepreneuriat, 27, 28 et 29 mai 2009, INRPME, Trois-Rivières, Canada.

Calza, F., Aliane, N., Cannavale, C. (2010), **Cross-cultural differences and Italian firms' internationalization in Algeria – Exploring assertiveness and performance orientation**, European Business Review, Vol. 22 No. 2, 2010, pp. 246-272.

CONTE, B., **“L'intégration de la dimension institutionnelle dans le processus d'ajustement”**, [http://conte.u-bordeaux4.fr/Enseig/Lic-cod/docs\\_pdf/INstitutions.htm](http://conte.u-bordeaux4.fr/Enseig/Lic-cod/docs_pdf/INstitutions.htm).

Desai, M., Gompers, P., and Lerner, J. (2003). **‘Institutions, Capital Constraints and Entrepreneurial Firm Dynamics: Evidence from Europe’**. NBER Working Papers No. 10165. Cambridge, MA: NBER.

Gillet A., (2003), **Les femmes créatrices de petites et moyennes entreprises en Algérie : motivations, parcours socioprofessionnels et conditions d'émergence**, colloque international « Marché du travail et genre dans les pays du Maghreb, Spécificités, points communs et synergies avec l'Europe », organisé par MAGE-CNRS (Paris), le DULBEA (Bruxelles) et l'INSEA (Institut National de Statistiques et d'Economie Appliquée, Rabat), Avril 2003. Rabat, Maroc.

Guechtouli, M. et Guechtouli, W., (2011), **Innovation et entrepreneuriat en Algérie: quelles barrières culturelles ?** 2ème Journée de recherche "Innovations Sociétales et Gouvernance territoriale autour de la Méditerranée" à l'Ipag Nice le 1er juillet 2011.

Johnson, S., McMillan, J. et Woodruff C. (1999). **Property Rights, Finance, and Entrepreneurship**. Working paper n° 212, CESifo Working Paper Series.

Licht, A. N. et Siegel, J. I., (2006), **The Social Dimensions of Entrepreneurship**, OXFORD HANDBOOK OF ENTREPRENEURSHIP, Mark Casson and Bernard Yeung, eds., Oxford University Press, 2006. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=824844>

Toumi M., Bouzidi A., (2007), **Lancer la croissance de l'économie Algérienne par la performance de ses entreprises**. Publications des adhérents d'ALTA Network (Algerian Talent Network).

Rapport **Doing Business in Algeria**, 2012.

Rapport **Invest in Med**, Etude N°23, septembre 2010.

Rapport GEM 2009, **Global Entrepreneurship Monitor : Rapport régional GEM-MOAN 2009** (Moyen Orient et Afrique du Nord).

Reberioux, A. (2003), **Governance d'entreprise et théorie de la firme. Quelle(s) alternative(s) à la valeur actionnariale ?**, Revue d'économie industrielle. Vol. 104. 4e trimestre 2003. pp. 85-110.

Williamson, O. E. (2000), **The New Institutional Economics: Taking Stock, Looking Ahead**, Journal of Economic Literature, 38: 595-613.