

Le contexte entrepreneurial en Algérie : quelles opportunités et contraintes pour les jeunes entrepreneurs

The entrepreneurial context in Algeria: what opportunities and constraints for young entrepreneurs

ZEMIRLI Radhia

Enseignante universitaire

Maître assistant classe « B »

Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou Algérie

radhia_zemirli@hotmail.fr

HAMMACHE Souria

Enseignante universitaire

Maître assistant classe « A »

Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou Algérie

hammache.soraya@yahoo.com

Résumé

Cet article a pour objectif d'appréhender la réalité du contexte entrepreneurial en Algérie. Autrement dit, notre travail trouve son essence dans le fait que l'entrepreneuriat en Algérie se heurte à une réalité contraignante mais, par ailleurs, elle présente une opportunité pour les jeunes entrepreneurs qu'il conviendrait d'analyser.

Nous tenterons dans cet article de mettre en avant un état des lieux de l'entrepreneuriat en Algérie. Aussi, nous mettrons l'accent sur les enjeux et/ou entraves auxquels sont confrontés les entrepreneurs, pour une meilleure compréhension des facteurs faisant obstacle à l'éclosion de leurs entreprises. Ainsi, nous adopterons une méthodologie descriptive, avec une analyse institutionnelle de l'entrepreneuriat en Algérie.

Mots clés : Entrepreneuriat ; PME ; économie algérienne ; création d'entreprise ; ANSEJ.

Abstract

This article aims to understand the reality of the entrepreneurial context in Algeria. In other words, our work finds its essence in the fact that entrepreneurship in Algeria comes up against a constraining reality but, moreover, it presents an opportunity for young entrepreneurs that should be analyzed.

We will attempt in this article to highlight an inventory of entrepreneurship in Algeria. As well, we will focus on the issues and / or barriers faced by entrepreneurs, for a better understanding of the factors that hinder the emergence of their businesses. Thus, we will adopt a descriptive methodology, with an institutional analysis of entrepreneurship in Algeria.

Keywords: Entrepreneurship; SME; Algerian economy; business creation; ANSEJ.

Introduction

Le début du troisième millénaire est marqué par le renouveau de l'esprit d'entreprendre et du comportement entrepreneurial, lesquels affectent tous les pays et tous les domaines de la vie économique et sociale.

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). Mais l'intérêt pour la PME était tardif, ce n'est qu'à partir des années 1980 que l'initiative privée a été enfin libérée. Ce qui a été concrétisé par la création d'un ministère de la PME, et la promulgation du code d'investissement, mais surtout la mise en place de différents dispositifs de création d'entreprise et de soutien aux investissements (ANSEJ, ANGEM, ANDI.....).

Néanmoins, Il est difficile d'entreprendre dans un contexte où la liberté d'entreprendre et la situation économique générale ne sont pas optimales. L'Algérie est plombée par une série de problèmes structurels et conjoncturels d'importance : une économie au ralenti, reposant essentiellement sur l'extraction des hydrocarbures, un chômage élevé, surtout chez les jeunes, une bureaucratie lourde au sein de laquelle on perçoit des relents de corruption...Face à ces enjeux de taille, l'entrepreneuriat dans ce pays reste alors un défi majeur.

La question fondamentale autour de laquelle s'articule ce travail est la suivante : *« l'entrepreneuriat serait-il la nouvelle locomotive de l'économie en Algérie comme le suggèrent certains auteurs mais aussi certains responsables du gouvernement en place ? ».*

Ainsi, pour répondre à cette problématique et mener à bien notre travail, nous l'avons scindé en plusieurs parties : Nous présenterons, tout d'abord, une brève revue de littérature qui s'est développée autour du rôle de l'entrepreneuriat sur la croissance économique. Par ailleurs, nous mettrons l'accent sur un état des lieux de l'entrepreneuriat en Algérie, et enfin, nous analyserons les enjeux et/ou contraintes auxquels se heurtent les jeunes entrepreneurs, pour une meilleure compréhension des facteurs faisant obstacle à l'éclosion de leurs entreprises.

1. Revue de littérature relative à l'entrepreneuriat

L'objectif de ce point est de présenter une brève revue de littérature sur les principaux travaux relatifs à l'entrepreneuriat et son rôle dans la croissance économique, et qui s'est développée autour de l'importance de l'entrepreneur dans la création d'emploi et de richesses dans une nation, et enfin, d'en discuter les conclusions.

On peut citer, entre autres, les travaux de (Shapero, 1984), (Krueger, 1993) et (Learned, 1992) qui complètent les théories liées aux besoins et précisent les approches comportementales et cognitivistes considérant la création d'une organisation comme un événement contextuel. Selon ces auteurs, l'entrepreneur est un élément d'un processus complexe de la création d'une nouvelle entité et l'organisation est conçue en tant que premier niveau d'analyse, et l'individu est perçu sur le plan d'activités à mener afin qu'émerge l'organisation.

(Shapero, 1975) quant à lui, le précurseur qui a proposé un modèle plus complexe que l'approche par les traits pour analyser le processus entrepreneurial, a décrit la création d'entreprise comme un phénomène multidimensionnel associant des caractéristiques psychologiques et des facteurs contextuels. Il initie, sous l'angle de la psychologie, la notion de « déplacement, discontinuité » pour expliquer que la plupart des entrepreneurs sont des personnes ayant subi une rupture, un déplacement, un déracinement d'une situation confortable, au sens propre (tels les réfugiés politiques, ou plus fréquemment des personnes ayant perdu leur emploi, ou ne progressant plus dans leur carrière). Cet auteur pense également que certains entrepreneurs sont *externes*, et s'en remettent aux forces extérieures pour régir leur projet, tandis que d'autres sont *internes* et pensent influencer sur le cours des événements, ce qui représente un avantage certain pour réussir une création d'entreprise.

En fait, les recherches sur l'entrepreneur sont orientées vers ce qu'il fait et non sur ce qu'il est. (Boyd & Vozikis, 1994) intègrent les apports sociocognitifs en proposant un modèle recouvrant une combinaison de facteurs personnels et contextuels qui prédisposent les individus à avoir l'intention de créer une entreprise (expériences, traits de personnalité, etc.)

De plus, les travaux de (Man, et al., 2008) s'articulent autour d'une approche comportementaliste qui s'intéresse plus au processus entrepreneurial qu'à son contenu. La recherche s'organise autour de l'identification des compétences de l'entrepreneur et des liens entre ce dernier et la création, la survie et le développement de l'entreprise.

(Allen & Morris, 2006) prennent en compte le processus entrepreneurial et étudient plus précisément le processus de création d'entreprise. La recherche est originale car elle introduit des éléments contextuels peu étudiés (expérience, performance et le financement).

Dans le même ordre d'idées, (Sarason, et al., 2006) conçoivent le processus entrepreneurial en trois étapes : découverte, évaluation et exploitation. Au sein d'un environnement donné, ils expliquent que le processus de découverte concerne l'interprétation de l'opportunité en lui donnant un sens, l'évaluation s'entend comme la mesure de l'opportunité qui émerge de la découverte et l'exploitation est liée au pouvoir de contrôle et de transformation des ressources. Cette approche peut être explorée via l'utilisation d'études de cas qui permet d'apprécier l'impact du contexte socio-économique sur la structuration du projet.

L'entrepreneur crée et ne découvre pas seulement les opportunités et les projets ne sont pas des conséquences déterminées par le marché. Cette approche reconnaît pleinement la nature subjective du processus entrepreneurial. Le processus est à la fois subjectif et réflexif : l'entrepreneur a la capacité non seulement de répondre à l'environnement mais également de changer ce qu'il observe. La théorie reconnaît que le système socio-économique est dynamique et sujet au changement, créateur de dynamiques d'opportunités basées sur des interprétations subjectives.

(Feki & Chtourou, 2014) ont analysé la relation entre l'entrepreneuriat et la croissance économique pour un panel de pays développés et en développement au cours de la période 1990-2004, ainsi que l'importance du capital social dans la relation entre l'entrepreneuriat et la croissance économique.

(Braunerhjelm & Carlsson, 2005) montrent qu'il existe une relation positive entre l'activité des entrepreneurs et la croissance du PIB. En cela, un entrepreneur est donc non seulement un indépendant au sens usuel du terme, mais aussi et surtout un développeur d'activités innovantes.

Les différents travaux attestant qu'il y a une relation étroite entre l'entrepreneuriat et le développement économique, et montrent principalement que l'entrepreneuriat est un levier de la croissance du PIB dans la mesure où : les entrepreneurs favorisent la formation du capital en mobilisant les épargnes dormants, l'entrepreneuriat crée des opportunités d'emplois de cette façon les entrepreneurs jouent un rôle actif dans la réduction du chômage, aussi les entrepreneurs aident à éliminer les disparités régionales à travers la mise en place d'entreprises dans les régions reculées et par la redistribution équitable des richesses et des revenus dans l'intérêt d'un pays vers une population plus importante couvrant des zones

géographiques plus larges, et enfin, l'entrepreneuriat peut réduire la concentration du pouvoir économique par le développement d'entreprises et la multiplication des acteurs économiques.

En résumé, nous pouvons dire que l'apport de ces travaux est simple : sans entrepreneur, la croissance économique sera faible. Les travaux cités montrent pourquoi l'entrepreneur est au cœur du processus de création de richesse car il est l'individu qui identifie un profit, c'est-à-dire un échange mutuellement avantageux et c'est l'acte d'identification qui est porteur de croissance.

Outre ces travaux, la synthèse des principales contributions des économistes à la compréhension de l'entrepreneuriat montrent aussi la prise de conscience progressive du rôle joué par les créateurs d'entreprises dans la croissance économique. Les auteurs précités expliquent la motivation de l'entrepreneur principalement dans la recherche du profit : exploiter les meilleures opportunités et améliorer l'environnement pour une meilleure rentabilité des entreprises.

Les économistes considèrent que l'entrepreneur agit sur un marché, mais les auteurs s'éloignent les uns des autres dans les hypothèses qu'ils posent. Les théories économiques traditionnelles sont déterministes, s'intéressent aux comportements rationnels et suggèrent que les productions sont prévisibles. Ces hypothèses sont progressivement remises en question, en montrant que les entrepreneurs agissent en fonction de leur imagination, lieu où se situent les opportunités (Shackle, 1979). Les jugements des entrepreneurs dépendent de leurs expériences, de leur personnalité, ambitions, aspirations et savoir. Il y a une reconnaissance de la part de nombreux économistes de l'importance des variables psychologiques et comportementales qui permettent de distinguer les entrepreneurs des autres acteurs économiques.

2. Constat sur le contexte entrepreneurial en Algérie

L'entrepreneuriat en Algérie est caractérisé par un entrepreneuriat de jeunes instruits. Le taux d'Activité Entrepreneuriale (TEA) de 16,7%, plus de 60% des entrepreneurs recensés ont moins de 35ans et plus 91% d'entre eux ont un niveau d'instruction secondaire et universitaire.

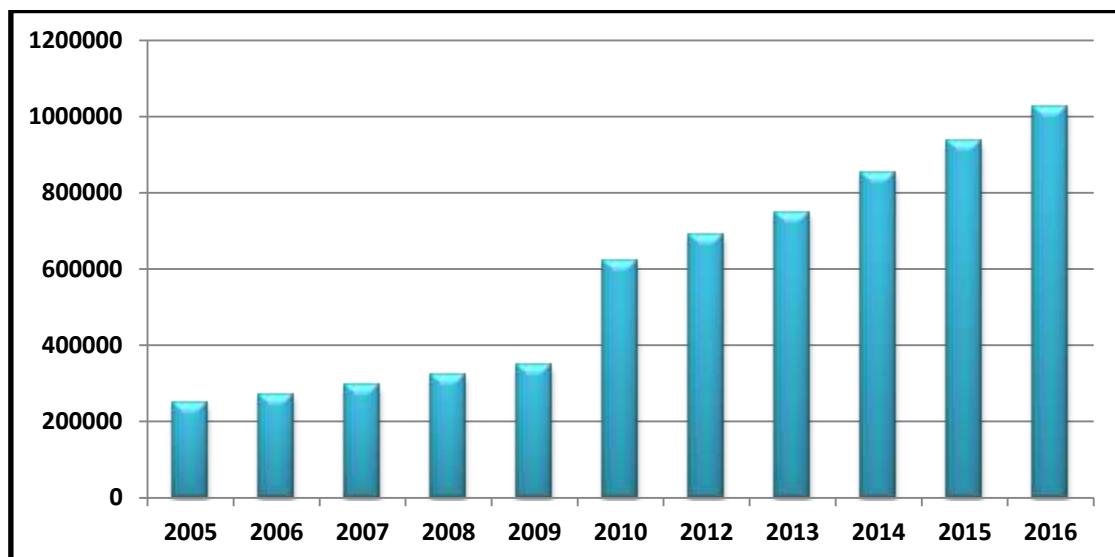
Dans ce qui suit, nous analyserons les principales caractéristiques de l'entrepreneuriat en Algérie en relevant la dynamique et les résultats réalisés ces dernières années.

2.1. Etat des lieux des PME en Algérie

Les petites et moyennes entreprises sont très importantes pour la diversification et la croissance de l'économie en Algérie, mais le secteur est peu développé et l'accent mis sur l'entrepreneuriat est relativement récent.

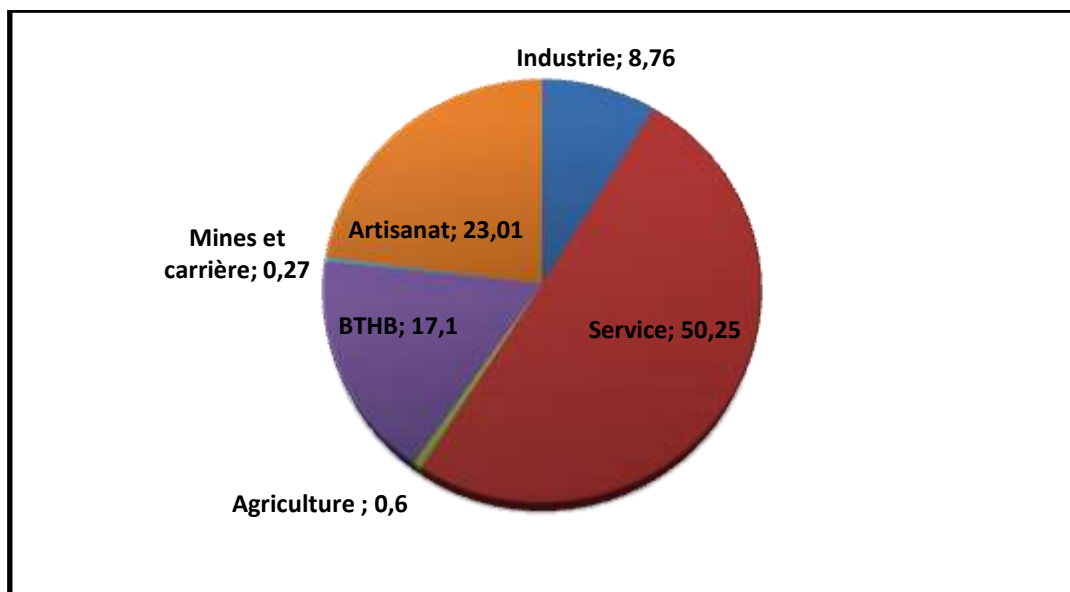
Cependant, il convient de souligner que les PME ont connu une évolution importante de leur nombre entre 2001 et 2016-. Leur nombre a été multiplié par plus de dix, comme le montre le graphique ci-après, et dépasse le 1 million de PME sur le territoire national pour la première fois en 2016.

Graphique 1 : Evolution du nombre de PME en Algérie



Source : Bulletin d'informations statistiques, Ministère de l'énergie et des mines n° 30, Edition Mai 2017.

Graphique 2 : Répartition des PME par secteurs d'activité en Algérie 2016



Source : Bulletin d'informations statistiques, Ministère de l'énergie et des mines n° 30, Edition Mai 2017.

Le graphique n°02 nous indique la répartition des PME par secteur d'activité. Nous pouvons constater que, les services restent le secteur privilégié par les jeunes entrepreneurs, il représente à lui seul plus de 50% des PME du pays. Suivi de l'artisanat qui représente 23% du total des PME.

Les PME qui sont une catégorie spécifique d'entreprises locales et régionales, contribuent à résorber le chômage. En termes d'emploi, les PME privées emploient 2511674 dont 1489443 salariés et 1022231 employeurs.

2.2. Dominance du caractère familial d'entreprises privées algériennes

« *L'entreprise familiale est un acteur majeur dans l'économie nationale* », et ceci a été affirmé par les experts, chefs d'entreprises, et académiciens qui sont unanimes à défendre un rôle plus soutenu de l'entreprise familiale dans la croissance économique du pays, qui compte 95% du total des PME dont 97% sont des TPE.

Le Chef du groupe Cevital (Issad Rebrab), a déclaré que « *la vulnérabilité de l'entreprise familiale vient de leur mode de gouvernance et du fait que certains chefs d'entreprises se voient arrivés à l'objectif* ». Ce groupe fleurissant compte 14.000 collaborateurs, 3,5 milliards

de dollars de chiffre d'affaires, zéro dette et une croissance annuelle moyenne de 34% durant les 15 dernières années (Rebrab, 2014).

Cevital, c'est aussi une entreprise de dimension internationale puisqu'elle dispose d'un complexe d'électroménager avec l'achat de Fagor Brandt (7 500 emplois en Algérie), d'une nouvelle ligne de fabrication de verre plat en phase de construction (3 000 emplois) et d'une unité de fabrication de fenêtres à double vitrage.

Par ailleurs, les présidents des groupes Benamor (1984) et Hasnaoui (1974) ont abordé les facteurs qui ont contribué à la réussite de leurs sociétés. Choix des compétences, formation, rigueur dans la gestion, association des membres de la famille dans la prise de décision, acquisition de savoir-faire, amélioration constante de la qualité du produit d'où la fidélisation des clients, sont autant de facteurs qui ont contribué à la pérennité de ces groupes qui tendent à la diversification de leurs secteurs d'activités.

C'est le cas du groupe Hasnaoui qui compte actuellement 8 sociétés mixtes et qui compte aller vers une étape supérieure en matière « de coût et de qualité » dans le domaine du BTPH notamment, sachant que le groupe a réalisé le premier quartier écologique (2 000 logements).

Le groupe Benamor, quant à lui, est spécialisé dans la filière agro-alimentaire et le développement agricole et qui a pu imposer son label sur le marché algérien.

Il est important de noter à cet égard, que ce n'est pas le caractère familial des entreprises algériennes qui constitue un obstacle à la diversification et au développement de notre économie, mais l'absence dans notre environnement économique de conditions favorables à la création d'entreprises, à la modernisation et au développement des entreprises existantes.

Et cela se confirme à travers les statistiques, puisque la part du secteur privé dans la valeur ajoutée hors hydrocarbures est passée de 74% à 85% en 2015. Dans la valeur ajoutée globale (y compris le secteur des hydrocarbures), la part du secteur privé est passée de 42% en 2000 à 70% en 2015, tandis que la part du secteur public est passée à 14% (FCE¹, 2015).

Cette expansion est le fait des entreprises familiales, puisque ce sont ces entreprises qui constituent l'essentiel du tissu économique.

Ainsi, il faudrait consolider ce mouvement et la solution est celle de l'approfondissement des réformes de structures, de libérer les initiatives et d'assainir définitivement l'environnement de l'entrepreneur et de l'investisseur.

<D

¹ FCE : Forum des Chefs d'Entreprise

2.3. L'accès au financement

Pour 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.

Parmi ces dispositifs, on peut citer l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi de Jeunes (ANSEJ) créée en 1996 qui est un organisme public à caractère spécifique, doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière, placé sous la tutelle du Ministre chargé de l'emploi. L'ANSEJ accompagne les porteurs de projets pour la création et l'extension des micro-entreprises de production de biens et de services, en mettant à la disposition des jeunes promoteurs toute information économique, technique, législative et réglementaire relative à leurs activités.

Un fonds de garantie a également été créé en 1998 afin de donner plus de facilités aux PME pour l'accès au financement.

Aujourd'hui, l'ANSEJ finance en moyenne 45 projets par jour, dont 66% des projets financés sont des jeunes issus de la formation professionnelle, 18% des projets financés sont des universitaires, 65% des projets financés ont un montant d'investissement inférieur à 5 millions de dinars, 14% des projets sont financés au profit des femmes, 92% des promoteurs financés ont moins de 35 ans (Site officiel de l'ANSEJ).

Ces statistiques montrent que l'ANSEJ joue un rôle considérable dans l'encouragement de l'entrepreneuriat à travers un accompagnement spécifique et une diversification des activités des promoteurs dans le sens des priorités retenues par le programme du gouvernement et selon les besoins économiques du pays.

Outre l'ANSEJ, nous pouvons également énumérer 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) créée en 1994 et qui propose aussi une aide à la création d'activité, pour les chômeurs âgés entre 30 et 50 ans, portant 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.

2.4. Faible création et accompagnement d'entreprise innovante

L'Agence Nationale de Valorisation des Résultats de la Recherche et du Développement technologique (ANVREDET) a déclaré qu'il y a un manque de soutien et d'accompagnement des idées innovantes et porteuses jusqu'à la mise en place de l'entreprise. Cette insuffisance affecte plusieurs étapes nécessaires à la création d'entreprise innovante, à savoir: Identification du projet, expertise, évaluation du projet, propriété Intellectuelle (protection de l'innovation), fabrication de prototypes, étude du marché, Business Plan, partenariat / investisseurs (mise en contact avec les organismes concernés), création de l'entreprise (produit fini). Cette situation affecte négativement le taux d'innovation qui reste modeste enregistrant seulement 11,5% fin 2016, tel qu'il a été précisé par Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2017).

En effet, les conditions de création d'entreprise sont loin d'être optimales en Algérie et l'activité entrepreneuriale reste modeste au vu des récentes statistiques établies par GEM, le tableau ci-dessous résume la dynamique entrepreneuriale en Algérie.

Tableau 1 : Quelques indicateurs de l'entrepreneuriat en Algérie pour l'année 2016

Taux d'intentions entrepreneuriales(%)	Taux d'activité de l'entrepreneuriat (%)	Taux des entrepreneurs ayant réussi (%)
36	0,6	84,2

Source : Base de données GEM (Global Entrepreneurship Monitor), tirée du site web : www.gemconsortium.org/data/key-ap. Date de consultation : 06/08/2017.

On remarque également que les activités entrepreneuriales sont majoritairement à un stade précoce (0,6%) contre 36% d'intentions entrepreneuriales. Ce qui souligne la difficulté en termes de création d'entreprises nouvelles porteuses de richesse à une économie rentière dépendant majoritairement des recettes d'hydrocarbures. Toutefois, il ressort de l'enquête de GEM, que plus de 80% des entrepreneurs algériens à un stade précoce ont perçu que les opportunités entrepreneuriales étaient favorables et qu'ils ont même réussi leur activité.

Par ailleurs, l'un des principaux indicateurs est le nombre de démarches administratives pour enregistrer une nouvelle société. En Algérie, il faut 12 démarches ou procédures pour enregistrer une entreprise. Ce nombre est supérieur à celui de la Tunisie (09 procédures) et

presque le triple de ce qui se passe au Maroc et en France (respectivement 3 et 4 démarches), (Doing Business, 2017).

Le tableau ci-dessous résume la réalité à laquelle sont confrontés les entrepreneurs désirant réaliser un nouveau projet.

Tableau 2 : La position de l'Algérie en termes de facilité de création d'entreprise comparativement à certains pays

Indicateurs Pays	Création d'entreprise (rang)	Nombre de procédures	Nombre de jours
Algérie	142	12	20
Tunisie	103	09	11
Maroc	40	04	09
France	25	03	07

Source: Doing business in MENA, rapport 2017, page 16.

Il ressort de ce qui précède, que le contexte entrepreneurial en Algérie est moins favorable que dans la plupart des pays de la région MENA, ce qui entraîne des obstacles à sa compétitivité. Bien que l'Algérie crée les bases d'une transition vers une économie axée sur le marché, la base de son secteur privé est faible et le gouvernement contrôle encore une grande partie de l'activité économique.

Et malgré que leur croissance rapide et soutenue en termes de créations nouvelles, les PME privées algériennes se heurtent, dans leur très grande majorité, à des difficultés de survie dues à diverses raisons endogènes et exogènes (Guechtouli, 2014).

La partie suivante traitera les enjeux et entraves auxquels est confronté le développement de l'entrepreneuriat en Algérie.

3. Principaux obstacles entravant le développement de l'entrepreneuriat en Algérie

En Algérie, l'État occupe une place prépondérante alors que le secteur privé est marginalisé. Par ailleurs, vu la situation économique et financière difficile que connaît le pays avec la chute des cours du pétrole, l'implication du secteur privé devient une nécessité absolue afin d'assurer le développement économique sans dépendre des dépenses publiques.

En effet, la liberté d'entreprendre est entravée en Algérie pour des raisons de bureaucratie, de corruption, de taxation élevée et d'un cadre juridique difficile. Or, le développement du tissu de PME nécessite un environnement stable où les instituts de l'économie de marché fonctionnent de manière efficace, mais aussi une politique publique susceptible d'orienter le développement des PME en Algérie.

3.1. L'environnement institutionnel en Algérie

L'environnement institutionnel dans lequel évolue l'entreprise est primordial pour le fonctionnement et le développement des entreprises.

Dans ce qui suit, nous essayerons de décrire cet environnement en Algérie en exploitant l'état de mortalité des entreprises en Algérie et leur compétitivité ou encore le contexte concurrentiel dans lequel elles évoluent, en présentant les contraintes institutionnelles auxquelles sont confrontées les entreprises algériennes.

Les abus de position dominante se pratiquent essentiellement du côté des entreprises publiques, pour imposer des prix défilants les lois du marché afin d'écraser la concurrence.

Le tableau 03 nous indique la mortalité des PME privées par secteurs d'activité.

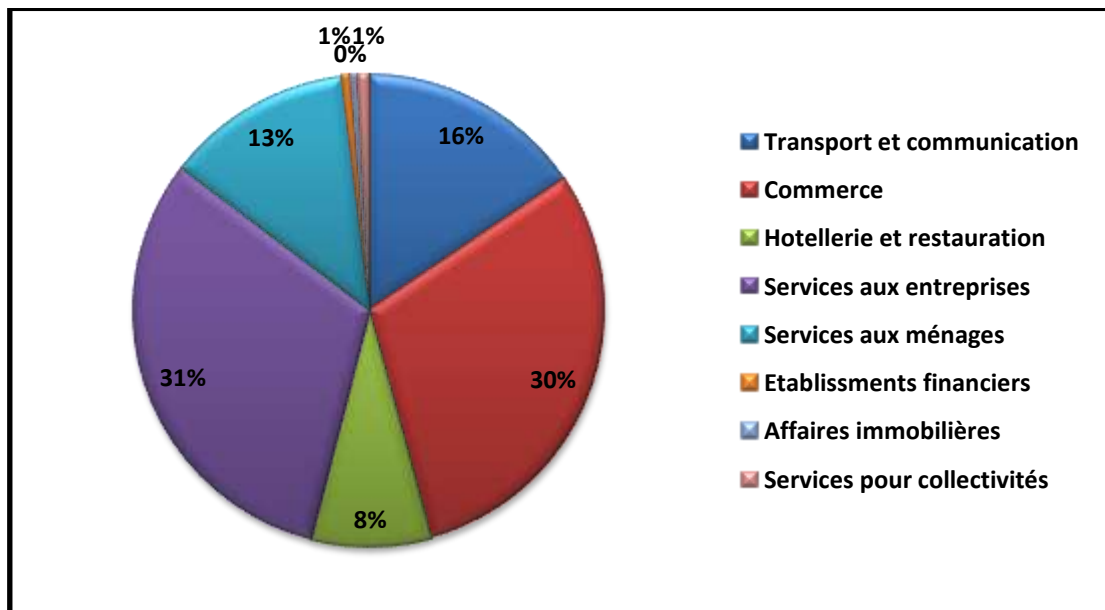
Tableau 3: Mortalité des PME privées par secteur d'activité

Secteurs d'activité	2015	2016
Agriculture et pêche	74	95
Hydrocarbures, Energie, Mines et services liés	37	32
BTPH	2321	3034
Industrie manufacturière	968	1440
Services	4556	7084
Total	7956	11686

Source : Bulletin d'informations statistiques, Ministère de l'énergie et des mines n° 30, Edition Mai 2017.

Le secteur de "services" est le plus touché par la mortalité des PME qui a enregistré 7084 PME radiées à la fin de l'année 2016, soit une croissance de près de 50 % par rapport à l'année 2015. Les activités qui sont les plus touchées, sont le commerce avec 30% de PME radiées, services aux entreprises, et les PME activant dans les transports et la communication.

Graphique 3: Le taux de mortalité des PME dans les services



Source : Bulletin d'informations statistiques, Ministère de l'énergie et des mines n° 30, Edition Mai 2017.

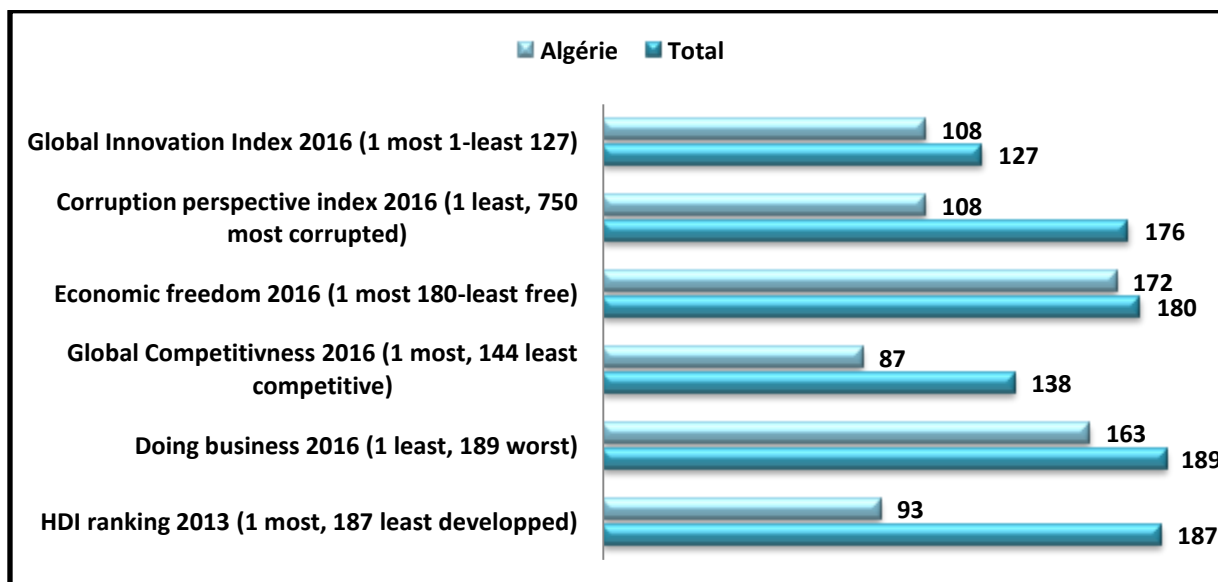
Comme nous pouvons le constater, le taux de mortalité des PME ne cesse de s'accroître d'une année à une autre. Si nous essayons de comprendre pourquoi ces PME trouvent des difficultés à réaliser leur croissance et leur pérennité, il suffit d'observer la qualité institutionnelle et l'environnement des affaires en Algérie.

Le graphique ci-après illustre la détérioration de l'environnement des affaires du pays. Selon le rapport de Doing business, l'Algérie est classée en 2016 à la 163^{ème} place sur 189 pays évalués. L'Algérie est aussi loin d'être un pays innovateur et compétitif, elle décroche la place de 108^{ème} sur 127 pays.

En outre, la liberté économique est restreinte, et la corruption est une entrave sérieuse aux investissements nationaux. En effet, la corruption qui sévit dans l'ensemble des secteurs empêche toute initiative entrepreneuriale de s'épanouir.

Face à ses défis de taille, l'Algérie devrait prendre des mesures concrètes pour améliorer le cadre général et d'exercice des jeunes entrepreneurs et des investisseurs nationaux.

Graphique 4 : L'environnement institutionnel en Algérie.



Source : Adapté à partir des rapports : Doing business 2016- Global Competitiveness 2016- Heritage Foundation and Wall Street Journal 2016- International Transparency 2016.

L'Algérie dispose d'un climat des affaires le moins attractif pour les PME par rapport à la région Afrique du Nord et Moyen Orient. C'est au regard de la pression fiscale sur les entreprises que la différence est prononcée entre l'Algérie et les autres pays. L'Algérie figure parmi les pays où la pression fiscale est la plus élevée avec un taux d'imposition total de 65,5% le plus important de la région MENA.

Tableau 4 : Le taux d'imposition total (% du bénéfice)

	Taux d'imposition total (% du bénéfice)	Rang
Algérie	65,5	155
Tunisie	60,2	106
Maroc	49,3	41
UAE	15,9	01
Qatar	11,3	01

Source: Doing business in MENA, rapport 2017, page 147.

En effet, selon le rapport Doing business 2017, l'Algérie est classée parmi les derniers en termes de paiement de taxe, 155^{ème} place, loin derrière le Maroc et la Tunisie. Les deux pays exemplaire sur ce plan là sont les EAU et le Qatar.

3.2. La politique concurrentielle

L'Algérie a mis en place un régime de concurrence régit par l'ordonnance 03-03 du 19 juillet 2003 qui abroge l'ordonnance N° 95-06 du 25 janvier 1995. Ce régime est largement inspiré de la législation européenne de la concurrence. Il a pour objectif la protection de la libre concurrence et la garantie de la transparence et la loyauté dans les pratiques commerciales.

Pour ce faire, il détermine des règles strictes contre les pratiques déloyales des acteurs économiques contre d'autres notamment les PME. L'abus de position dominante est également interdite par ce régime, qui consiste à ce qu'une grande entreprise utilise sa position dominante sur le marché pour étouffer des concurrents de moindre taille, ainsi que l'interdiction des actions concertées qui créent ou renforcent ces positions dominantes. L'Algérie surveille aussi d'éventuels accords sur les prix entre les grandes entreprises qui risquent d'entraver la concurrence.

Cependant, le régime sur la concurrence est vu par les opérateurs privés comme étant répressif, notamment la persistance du favoritisme du secteur public. En effet, le gouvernement demandent aux opérateurs publics (administrations et collectivités, organismes d'Etat et entreprises publiques) d'acheter leurs biens et services d'abord et en priorité auprès d'autres institutions de l'Etat. D'ailleurs, l'ensemble des pratiques dénoncées relève de la pratique d'abus de position dominante par les entreprises du secteur public. Et ceci paraît paradoxal qu'on sait que le secteur public ne participe qu'à moins de 13 % de la valeur ajoutée totale (OCDE, 2004 ; Banque Mondiale, 2005). Un autre aspect qui marque la concurrence en Algérie, c'est bien le secteur informel qui représente aujourd'hui plus de 34 % du PIB. L'existence de ce secteur exerce, au moyen des pratiques déloyales, une pression sur le libre jeu de la concurrence et affecte la compétitivité des entreprises privées notamment de petite taille (Sekiou, et al., 2017).

Il est alors à noter que, dans ce contexte où la concurrence est déloyale, les jeunes entrepreneurs trouvent des difficultés à se faire une place sur le marché, mais surtout de garantir le minimum de compétitivité nécessaire pour croître. De ce fait, l'entrepreneur est tenté alors d'avoir recours à des pratiques d'ententes sur le marché, sinon il sera voué à disparaître.

Conclusion

A la lumière de l'analyse qui a été menée dans cet article, nous pouvons conclure que malgré les efforts de l'Etat dans le développement des PME, notamment en termes de mise en place de dispositifs d'aide à la création de l'entreprise et de l'emploi, et d'infrastructures, les entrepreneurs sont toujours confrontés à de nombreuses entraves lors de leur création d'entreprise.

Comme nous avons pu le constater, le climat des affaires n'est toujours pas favorable pour le développement du secteur des PME. En outre, la lourdeur fiscale est un autre facteur qui empêche l'épanouissement de l'entrepreneuriat algérien.

Le gouvernement algérien devrait donc concentrer ses efforts dans l'amélioration du climat des affaires qui est une condition primordiale pour l'épanouissement du secteur des PME sur lequel repose l'avenir de l'économie nationale. En effet, l'amélioration de qualité institutionnelle est une condition, sine qua non, au développement de l'initiative entrepreneuriale.

Le paradoxe dans la politique concurrentielle telle qu'elle est conçue aujourd'hui dans le pays, doit aussi devenir une question primordiale pour le gouvernement en place. Assurer un environnement concurrentiel favorable et équitable pour les deux catégories d'entreprises publiques ou privés est devenu impératif.

Bibliographie

- Fayolle. A. (2004), L'entrepreneuriat, Edition Dunod.
- Sekiou A. & Bouhala A. & Bouzidi N. (2017). Entrepreneuriat En Algérie : Réalité et Perspective "Cas de Tlemcen". *Journal of Economics of Business and Finance*, 14(1), p.16.
- Guechtouli W. & Guechtouli M. (2014). L'entrepreneuriat en Algérie : quels enjeux pour quelles réalités. Working Paper IPAG Business School.
- Bulletin d'informations statistiques, Ministère de l'énergie et des mines n° 30, Edition Mai 2017.
- Base de données GEM (Global Entrepreneurship Monitor), tirée du site web : www.gemconsortium.org/data/key-ap.
- Rapport Doing business in MENA. (2017).
- Rapport Global Competitiveness. (2016).
- Rapport Heritage Foundation and Wall Street Journal. (2016).
- Rapport International Transparency. (2016).
- Site Officiel de l'ANSEJ, Tiré du site web de l'ANSEJ : www.ansej.org.dz. Date de consultation : 06/08/2017.