

Développement entrepreneurial en Algérie : quel rôle pour la diaspora ?

Entrepreneurial development in Algeria: what role for the diaspora?

Dr Aziz NAFA

Maitre de recherche au CREAD

Chercheur associé au LPED (Laboratoire Population Environnement Développement), Marseille (France)

Responsable de l'équipe Firmes : Dynamiques Organisationnelles Economiques et Sociales, (Algérie).

Submitted on: 27/02/2017

Revised on: 28/02/2017

Published on: 31/12/2017.

Résumé:

L'Algérie ambitionne de créer sa richesse en diversifiant son économie productive et de préparer l'après pétrole en prônant une politique économique basée sur l'investissement. En parallèle, des études ont démontré le rôle actif de la diaspora dans le développement du pays d'origine. L'Algérie dispose d'une importante communauté de compétences expatriées, cependant, cette diaspora peut-elle jouer un rôle en contribuant au développement de l'entrepreneuriat ? L'objet de cette communication consiste à observer l'état de fait de l'investissement de la diaspora et son rôle dans le développement de l'entrepreneuriat innovant en Algérie. Les principales études réalisées sur la migration de retour au Maghreb ont porté essentiellement sur les conditions et les raisons des retours, mais n'abordent pas leur effet sur le développement de l'entrepreneuriat dans ces pays. En réponse, nous avons mobilisé deux enquêtes ayant touchées 154 entrepreneurs de la diaspora dont 36 entretiens et 138 par questionnaire. Nos résultats permettent de démontrer les impacts de l'entrepreneuriat de la diaspora sur le développement de l'Algérie. Ces effets positifs sont perceptibles à plusieurs niveaux : des entreprises créatrices d'emploi ; des entrepreneurs innovants ; des entrepreneurs exportateurs.

Mots clés : Diaspora, entrepreneuriat, développement, Innovation, Algérie.

Abstract:

Algeria aims to create its wealth by diversifying its productive economy and to prepare for the post-oil period by advocating an economic policy based on investment. At the same time, studies have demonstrated the active role of the diaspora in the development of the country of origin. Algeria has a large community of expatriate skills, however, can this diaspora play a role in contributing to the development of entrepreneurship? The purpose of this communication is to detect the state of businesses of diaspora investment and its role in the development of innovative entrepreneurship in Algeria. The main studies carried out on return migration to the Maghreb have focused on the conditions and reasons for returns, but do not address their effect on the development of entrepreneurship in these countries. In response, we mobilized two surveys that reached 154 entrepreneurs from the diaspora, including 36 interviews and 138 by questionnaire. Our results demonstrate the impacts of diaspora entrepreneurship on the development of Algeria. These positive effects are perceptible at several levels: businesses that create jobs; innovative entrepreneurs; exporting entrepreneurs.

Keywords : Diaspora, entrepreneurship, development, Innovation, Algeria.

INTRODUCTION :

«Globalisés et vivant à l'heure de l'Internet, les expatriés hautement qualifiés parlent plusieurs langues et possèdent des moyens financiers et une solide expertise acquise dans le monde professionnel à l'étranger, dans lequel ils sont souvent parfaitement intégrés, tout en conservant des affinités très fortes avec leur pays d'origine. Auto-organisés sous forme de réseaux professionnels au Nord, conscients de leur valeur ajoutée au Sud, les réseaux de compétences sont un levier puissant pour accompagner la modernisation et le rattrapage économique...» (ANIMA 2010, 17).

Nous avons ainsi souhaité entamer cet article par cette phrase explicitant l'importance des migrants hautement qualifiés en termes de moyens et d'expertise, son organisation et sa mobilisation potentielle pour le développement du pays d'origine. Elle véhicule l'espoir de développement et de rattrapage économique des pays du Sud, dit du tiers monde ou en voie de développement, terres d'émission de ressources qualifiées et de talents de tous genres.

Si la migration des personnes non qualifiées ne faisait pas débat, notamment dans le pays d'origine, celle des compétences a fait réagir les politiques, les scientifiques de diverses disciplines et les organisations internationales. L'émigration de cette catégorie est alors assimilée à l'exode de cerveaux ou à la fuite des cerveaux, plus connue comme « Brain Drain ». Une ressource rare pour les pays en développement, dont les moyens en capital humain et financier sont limités pour son renouvellement. La fuite des cerveaux engendre alors des soucis majeurs. Néanmoins, elle engendre aussi des effets positifs à travers plusieurs canaux tels que les transferts d'argent des migrants vers leurs pays d'origine, le retour des migrants, les externalités de la diaspora, la qualité de la gouvernance et l'augmentation du rendement de l'éducation (F. Docquier, 2007).

À partir de la fin des années soixante, la littérature du « brain drain » dominait et considérait la migration comme une source d'externalités négatives qui handicape le pays d'origine en le privant de son capital humain, source de croissance et de développement (Bhagwati et Hamada, 1974 ; Usher 1977). Ceci pouvait se traduire notamment par la difficulté à renouveler cette ressource rare en raison d'insuffisance de moyens financiers (Beine, Docquier et Rapoport 2008), ce qui accentue le sous-développement et encourage davantage la migration qualifiée, l'entraînant ainsi dans un « cercle vicieux » (De Haas, 2010, 10). Cette perception négative de la fuite des cerveaux s'est largement imposée jusqu'aux années 90, laissant ensuite place à l'optimiste. En effet, la fuite des cerveaux est désormais considérée comme un gain appelé « Brain Gain » ou « gain de cerveau » pour le pays d'origine, passant ainsi d'une vision négative à une vision positive de la migration, comme le montrent notamment les travaux de Stark (1997) et Mountford (1997).

Les travaux de ce dernier auteur ainsi que ceux de Beine et al (2001) mettent en relief l'apport de la migration des compétences à la croissance et au développement du capital humain dans les pays en développement. Il a été observé également, notamment par les institutions financières internationales, que les transferts effectués par les migrants vers leur pays d'origine sont colossaux et contribuent concrètement au développement des économies locales. Selon la Banque mondiale (2014), les envois de fonds des travailleurs migrants à leurs familles dans les pays en développement devraient atteindre 436 milliards de dollars, affichant ainsi une hausse de 7,8 % par rapport au montant de 404 milliards de dollars enregistré en 2013, pour atteindre 516 milliards de dollars en 2016. L'Inde en pole position a reçu 70 milliards de dollars d'envois de fonds en 2013, suivi de la Chine (60 milliards de dollars), les Philippines (25 milliards de dollars).

Le retour des compétences au pays d'origine s'accompagne du transfert technologique, la transmission du savoir-faire et la diffusion d'une partie des connaissances acquises à l'étranger (Stark, Helmenstein, et Prskawetz 1997). Il contribue également au développement de

l'investissement matériel et immatériel (J.B. Meyer (2007) ainsi que de nouvelles activités économiques si le contexte est favorable (Mesnard, 2001, 2004 ; Cassarino 2008, Wahba, 2007).

1- DIASPORA NOUVELLE SOURCE DE DEVELOPPEMENT DU PAYS D'ORIGINE

Dans ce monde globalisé de plus en plus concurrentiel, le savoir est source de compétitive, de différenciation et de croissance pour les États. La compétence et le talent deviennent alors une ressource plébiscitée, recherchée et espérée par les pays développés pour maintenir et pérenniser leur position géostratégique. Par des politiques de migration choisie (Canada, USA, Europe), ils maintiennent ainsi le mouvement des compétences. En revanche, Les pays en développement ne sont pas en marge. Ils ont compris l'importance que recèle le migrant hautement qualifié pour le pays. Les politiques, plus que jamais conscients de l'importance de cette catégorie pour le développement de leur pays, se rapprochent et se dressent en faveur de la construction et de la consolidation des liens forts avec la diaspora pour qu'elle participe au développement du pays d'origine par le transfert technologique, l'investissement dans les secteurs à forte valeur ajoutée et de permettre ainsi de réduire le gap envers les pays développés.

Aujourd'hui, le lien migration internationale des compétences et le développement du pays d'origine est souvent reconnu et soutenu par beaucoup d'acteurs. Par l'effet de la globalisation et le développement des réseaux, la migration devient transnationale et circulatoire et permet de nouer des liens entre le pays d'origine, le pays d'accueil et le reste du monde. Cette nouvelle réalité, place la diaspora comme un acteur incontournable dans les dynamiques de croissance ouverte des pays en développement. Les pays comme l'Inde, la Chine, Taiwan ou la Corée du Sud sont des exemples de ce rôle des diasporas (Saxenian (2002).

1-1- Diaspora et entrepreneuriat : les nouveaux enjeux pour le pays d'origine

La puissance économique d'un État réside dans son tissu industriel, sa capacité à générer de la richesse et de la valeur ajoutée par l'entreprise. L'entrepreneuriat est sans doute l'une des solutions plausibles pour les pays en développement pour sortir définitivement de leur dépendance aux ressources naturelles, aux aides internationales ou aux transferts monétaires émanant de la diaspora. Tous les chercheurs en économie, en sociologie, géographie ou en sciences de gestion ou dans d'autres disciplines, sont d'accord du fait que la création d'entreprises constitue un formidable moyen pour endiguer le phénomène du chômage qui touche les jeunes dans la majorité des pays en développement ; permet de réduire considérablement les importations, ce qui permet d'éviter de lier son destin à celui des marchés mondiaux ; se positionner sur des niches ou segments qui permettrait d'aller à l'exportation,..etc.

Les limites en termes de financement, d'infrastructures, de savoir-faire et d'accès aux nouvelles technologies dont font l'objet les pays en développement, complexifie cet objectif, la diaspora constitue donc le facteur idoine pour mener à bien cette mission. Néanmoins, leur adhésion à cette stratégie demande une véritable volonté publique du pays d'accueil et des conditions favorables pour mener l'investissement, en d'autres termes « un climat d'affaires approprié ».

Consciente des enjeux de la diaspora, le gouvernement Ethiope a mis en place un programme spécifique en faveur de la diaspora, qui permet de créer une dynamique entrepreneuriale de la part de la diaspora. En effet, Elle a reçu quelques 3 000 projets d'investissement réalisés ces dix dernières années, pour un montant global d'environ 1,2 milliard de dollars (OIM, 2013). La réussite de la diaspora dépend fortement des caractéristiques des pays d'origine (Bouoiyour 2006).

La littérature sur la diaspora entrepreneurship dans le pays d'origine est très récente. Peu de travaux ont été réalisés sur cette thématique. Elle a en revanche suscité, ces dix dernières années, un intérêt grandissant de la part des chercheurs et des organisations internationales. En revanche, la littérature

est plus abondante sur l'entrepreneuriat des immigrés. Plusieurs auteurs se sont ainsi penchés sur les aspects économiques, sociologiques et organisationnels de l'acte entrepreneurial chez les immigrés (Coste, 1994, Ray et al 1988, Ma Mung et Simon 1990, Ma Mung 1994,1996 ; Raulin 2000, Pecaud 2004, 2005, 2010 ; Madoui 2008, Portes 1999, Portes et Zhou 1992) mettant ainsi l'importance de cet acte dans la nécessité de créer des opportunités d'insertion et de reconnaissance pour échapper au déterminisme social. Un entrepreneuriat qui a connu une évolution fulgurante dans les sociétés occidentales passant ainsi de simples activités commerciales à des industries modernes (Madoui 2012). Une nouvelle économie ayant permis à l'émergence du concept de l'entrepreneuriat «ethnique».

Cependant, notre intérêt porte dans le cadre de cette recherche sur l'entrepreneuriat de la diaspora non pas dans le pays d'accueil, mais dans le pays d'origine. Nous sommes de ce fait, en présence d'un nouveau phénomène dont les critères et les déterminants sont complètement différents de ceux caractérisant l'entrepreneuriat immigré. Cette nouvelle approche s'inscrit dans une optique de retour (pas forcément physique) au pays de départ avec une intention d'entreprendre dans une activité économique.

La littérature à ce sujet est limitée et les enquêtes menées à cet effet le sont autant. Les travaux réalisés dans le passé portaient en partie sur l'investissement dans des activités de commerce, réalisé par des migrants de niveau de qualification peu élevé et ce, pour offrir un revenu supplémentaire aux membres de la famille resté au pays (Guarnizo 2003) ou bien, au retour au pays à l'âge de la retraite (Cassarino 2008)

Pour ce qui concerne l'entrepreneuriat et l'intention entrepreneuriale des personnes hautement qualifiées dans des activités économiques de production de biens et services, les enquêtes sont très rares. Un des cas les plus connus de la dernière décennie est celui des immigrants dans la haute technologie à la Silicon-Valley en Amérique (Lowell et Gerova 2004). A.L. Saxenian a été parmi les premiers à souligner que l'émergence de diasporas de migrants hautement qualifiés pouvait transformer le brain drain en brain gain. L'exemple phare porte sur les résultats d'une enquête menée par l'auteur Saxenian (2002), réalisée auprès des immigrés asiatiques (Chine, Inde et Taiwan) travaillant à la Silicon Valley. Les résultats montrent que 73% des entrepreneurs immigrés de la Silicon Valley ont l'intention de réaliser un projet d'investissement et la moitié qui nés à l'étranger ont des relations d'affaires dans le pays de naissance. 18 % des professionnels entrepreneurs nés à l'étranger interrogés dans la Silicon Valley ont investi ou investissent actuellement dans des start-ups ou des fonds de capital-risque dans leur pays d'origine. Le tableau ci-après nous renseigne de l'importance de la ressource hautement qualifiées en activité aux USA.

Country	Technical fields				California Start-ups
	Software	Hardware	Communi-cation	Semicon-ductor	
India	34%	24%	15%	15%	20%
Taiwan	3%	6%	17%	10%	13%
China	4%	6%	19%	15%	10%
Israel	6%	2%		5%	3%
United Kingdom	9%	6%	6%		2%
Germany	5%	4%	2%	5%	4%
France	2%	2%			2%
Poland	1%	1%		5%	2%
Switzerland			2%	5%	1%
Europe (others)	6%	4%	10%		1%
Total Europe	23%	17%	20%	15%	12%

Table 11-1: *Origin of Immigrant Founders of Start-ups in the USA*

Source : Lee Saxenian (2006).

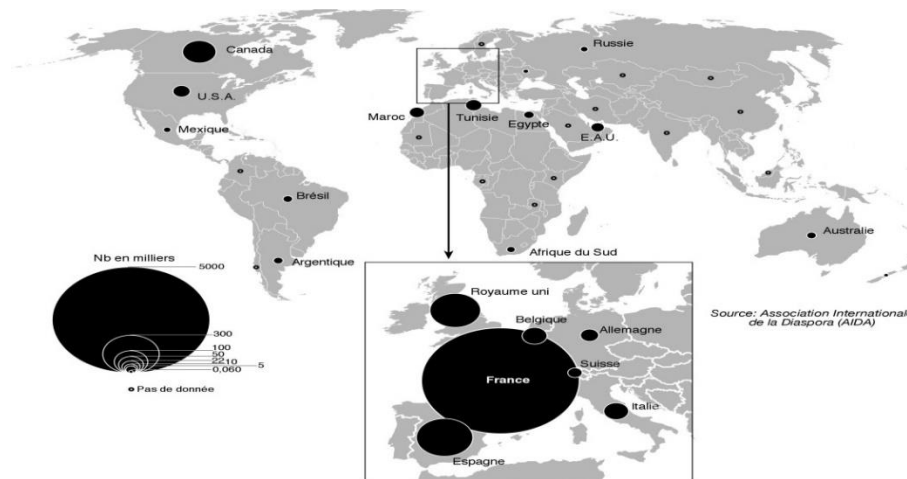
Comme nous pouvons le constater, les indiens représentent 20% des chefs d'entreprises dans les Start-Up en Californie, sur le total des immigrés entrepreneurs de la région. L'Asie est ainsi en pole position sur l'ensemble des nationalités.

Saxenian (2005) reprend la figure mythique des « argonautes » et définit les ingénieurs indiens, taïwanais et chinois, dont elle étudie le succès à la Silicon Valley, comme de « nouveaux argonautes » qui ont contribué au développement des régions technologiques dans leurs pays d'origine grâce à leurs compétences et savoir-faire mais également grâce aux réseaux américains auxquels ils adhèrent et/ou développent. Saxenian montre parfaitement dans son étude le principe « triple win ». Les États de la Chine, de l'Inde et Taiwan avaient compris l'importance que recèle cette communauté d'ingénieurs à fort potentiel dans le domaine des technologies et ont développé un environnement approprié et favorable pour faire revenir leur diaspora au pays et contribuer au développement du pays. Une enquête aux États-Unis a révélé une variation notable dans les expressions d'intérêt dans l'investissement, 45% des Arméniens, 18 % des Cubains, 22 % des Palestiniens, et 23 % des Iraniens ont exprimé aucun intérêt à investir dans leur pays d'origine (Gillespie et al. 1999; Gevorkyan et Grigorian, 2003) in (Lowell et Gerova 2004, 16). Les résultats de cette étude confirment, l'importance du contexte et de l'environnement du pays de départ. En effet, les conditions socioéconomiques, politiques et sécuritaires jouent un rôle prépondérant dans le choix de retour des migrants. Ceux sont des facteurs déterminants dans la décision d'investissement entrepreneurial de la diaspora dans le pays d'origine.

Nous pouvons également citer l'enquête réalisée par Emmanuelle Santelli (2010) auprès des entrepreneurs algériens de la diaspora, qui met en perspective la circulation des entrepreneurs entre ici et là-bas, résidant en France et souvent en Algérie pour supervision. Selon l'auteur, l'environnement n'était pas favorable pour s'y installer ce qui expliquerait les motivations de ces entrepreneurs qui sont d'ordre « opportuniste ». Les enquêtes réalisées par les auteurs n'abordent pas l'ampleur de l'investissement des entreprises de la diaspora et encore moins sur la propension à investir selon le niveau de compétence des expatriés (Lowell et Gerova 2004).

Notre recherche souhaite compléter cette littérature du « Brain Gain » qui prône le rôle actif et positif de la migration dans le développement économique du pays d'origine par le transfert de fonds, le développement du capital humain ou la migration de retour. Il est nécessaire dans le contexte actuel, d'élargir le champ d'investigation et de s'intéresser à d'autres effets beaucoup plus concrets et mesurables, tel que l'entreprise. Notre intérêt est particulièrement porté sur l'apport de la diaspora dans le déploiement de l'investissement et de l'entrepreneuriat innovant comme levier de croissance par la création de richesse et de diversification de l'économie. En effet, les diasporas disposent de moyens financiers, de la compétence technique, sont entrepreneurs ou à la tête de grandes entreprises ou de multinationales dans le pays d'accueil et ils opèrent dans des secteurs technologiques élevés. N'est-ce pas là, une véritable opportunité pour le pays d'origine ?

L'Algérie comme tout autre pays aspire à asseoir une véritable stratégie de développement économique. Avec un prix du baril de pétrole à moins de 50 dollars, l'Algérie a perdu, en moins d'une année, 50% de ses recettes générées à 98 % des hydrocarbures, entraînant ainsi un déficit de la balance commerciale de l'ordre de 35 %, qui équivaut, en valeur réelle, à environ 40 milliards de dollars. Pour pallier à cette dépendance aux hydrocarbures, des mesures stratégiques ont été mises en place pour préparer l'après pétrole en prônant une politique économique basée sur l'investissement, le développement sectoriel et multisectoriel du tissu économique, tel que le lancement des mégas projets de pôles technologiques afin de créer des espaces technopolitains attractifs pour drainer l'investissement direct étranger dans les nouvelles technologies. Par ailleurs, l'Algérie dispose d'une diaspora importante établie en Europe, au Etats-Unis, plus particulièrement à la Silicon Valley (El Kenz, Benguerna et Kherfaoui (1993) et au CANADA (graphique ci-après)



L.Gradelle, J.Droff, A. Nafa, 2015

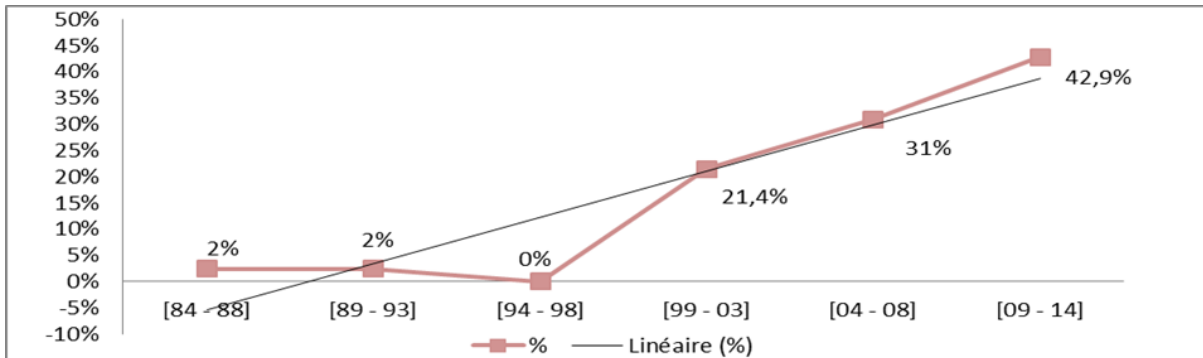
Parallèlement, comme nous l'avons mentionné dans les paragraphes précédents, des expériences démontrent l'importance et le rôle de la diaspora dans le développement du pays d'origine (Saxenian 2006, Meyer 2008, OCDE 2012, GEM 2013,...). L'Algérie n'est pas en marge des autres pays en développement. Elle a besoin de s'offrir un éventail d'opportunités et laisse entendre, ces cinq dernières années, qu'elle compte sur la diaspora pour développer l'entrepreneuriat innovant et le transfert de la connaissance. Une perspective en vue de sortir de cette situation d'économie de rente, d'où l'intérêt actuel de participer aux programmes multilatéraux avec la France et les pays du Maghreb, comme à titre d'exemple le Programme d'aide à la création d'entreprises innovantes en Méditerranée (paceim) et le projet « DiaMed » qui s'appuient sur la combinaison des capacités innovantes du Nord, du Sud de la Méditerranée et des opportunités d'investissement au Sud comme levier de croissance économique.

L'objet de cet article est de présenter, à partir d'un travail de terrain, la réalité des investissements de la diaspora en Algérie et son potentiel apport dans le développement de l'entrepreneuriat innovant et de l'innovation productive. Plus concrètement, est-ce que la diaspora peut vraiment générer du transfert de compétence et de la création d'activité et quelles seraient les perspectives ? Par manque de données statistiques sur l'entrepreneuriat de la diaspora en Algérie, nous nous adosserons dans ce qui suivra, sur les résultats qui émanent des enquêtes réalisées à ce titre. Il est important de signaler qu'il y'a absence totale des données statistiques dans les administrations publiques concernant l'investissement de la diaspora en Algérie, à l'exception des seules données disponibles, que nous avons pu avoir de l'Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI), qui représente l'investissement de la diaspora de 2005 à 2008 avec seulement 25 projets réalisés pour toute la période. Cette statistique semble incomplète sur toute la période compte tenu de l'absence des données se rapportant aux années antérieures (2000 - 2005) et aux années ultérieures (2008 – 2012).

2- QUELLE REALITE SUR LES ENTREPRENEURS ALGERIENS DE LA DIASPORA ?

L'objet de cet article est de présenter, à partir d'un travail de terrain, la réalité des investissements de la diaspora en Algérie et son potentiel apport dans le développement de l'entrepreneuriat productif. Par manque de données statistiques sur l'entrepreneuriat de la diaspora en Algérie, nous nous adosserons donc sur les résultats qui émanent des enquêtes réalisées à ce titre. Notre recherche a touché 174 entrepreneurs de la diaspora algérienne en activité ou en processus d'investissement. Nous avons été à la rencontre des personnes de la diaspora, dans le cadre d'une enquête qualitative et quantitative, pour les interroger sur leur parcours, leurs motivations à venir investir en Algérie, les secteurs d'activités investis, leur rapport avec les politiques publiques, les difficultés rencontrés, la relation historique avec l'Algérie, leur lieu de naissance et de formation de base. Ils ont concrètement mené des projets d'investissement en Algérie, à partir le début des années 2000, comme le montre le

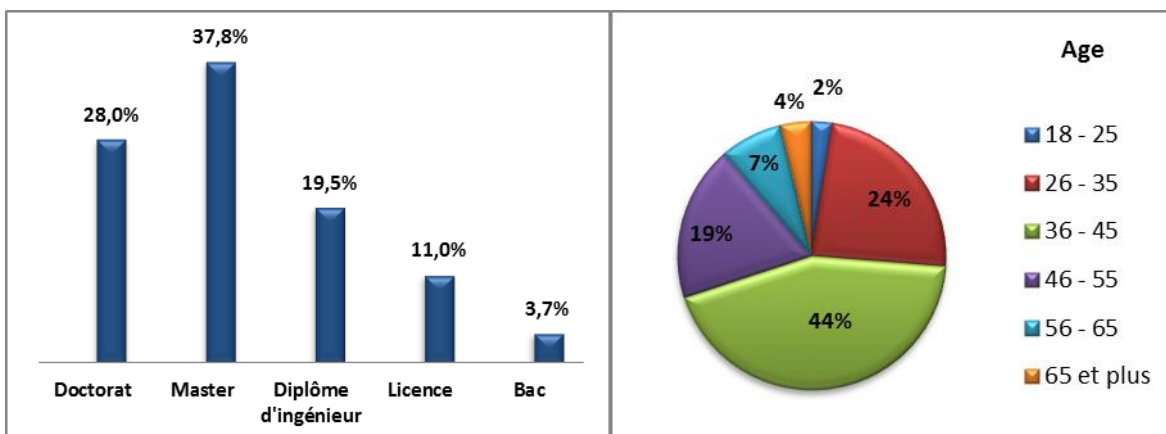
graphique ci-après, coïncidant ainsi, avec la loi N°1/18 du 12 Décembre 2001 ayant pour objectif de renforcer la promotion de l'investissement considéré désormais par l'État comme catalyseur et créateur de croissance et de valeur ajoutée.



Source : A. NAFA, 2015

2-1- Des entrepreneurs jeunes et hautement qualifiés

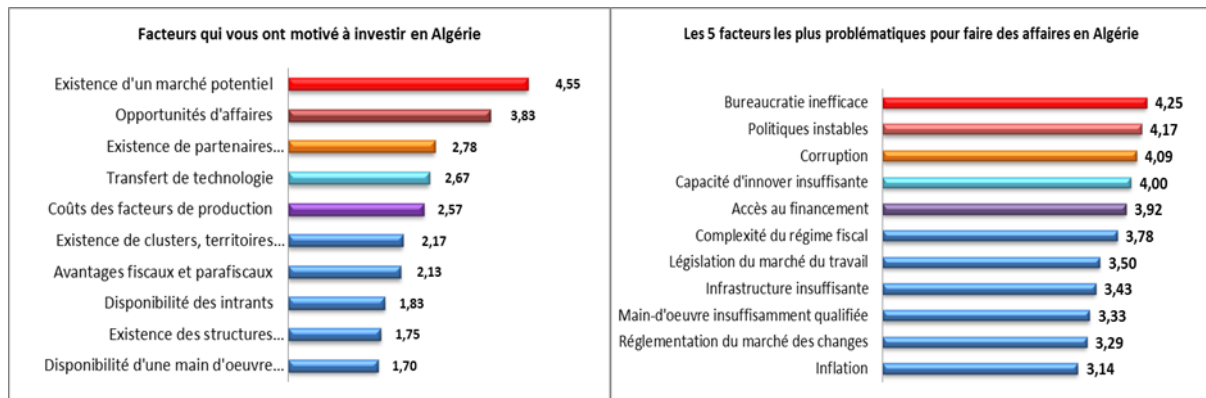
Les nouvelles générations d'entrepreneurs et porteurs de projet de la diaspora se démarquent de leurs parents par un niveau d'instruction supérieur. Ces nouveaux immigrés ont un niveau d'études de plus en plus élevé : « le niveau scolaire des entrepreneurs issus de l'immigration maghrébine est loin d'être bas, contrairement à l'idée que l'on se fait des enfants d'origine immigrée, très souvent perçus comme des figures privilégiées de l'échec scolaire » (Madoui 2007, 12). Dans son article, l'auteur présente les résultats de ses recherches auprès des entrepreneurs issus de l'immigration en France. Ces résultats démontrent qu'ils sont nombreux à atteindre le niveau supérieur (licence/maîtrise) et même au-delà (DESS, DEA et ingénieurs). Il en est de même pour le cas de notre échantillon dans lequel, les entrepreneurs algériens de la diaspora présentent un niveau d'instruction très élevé. Nous sommes en présence d'une catégorie d'immigrés hautement qualifiés comme le montre le tableau ci-dessous.



Source : A. NAFA, 2015

Ces entrepreneurs sont jeunes et ont pour 70% moins de 45 ans, avec niveau de formation très élevé. 96% sont diplômés universitaires avec 85% d'entre eux qui ont un niveau de troisième cycle. Seuls 4% de la population enquêtée avec un niveau de baccalauréat. Nous observons en outre une disparité au niveau des spécialités avec une prédominance de diplômés en économie et sciences de gestion avec un taux de 43%, suivis des diplômés en sciences des technologies avec un taux de 35% et dont 16% sont en informatique. On retrouve, avec un taux plus faible, des spécialités telles que le droit avec 6%, les sciences médicales avec 4%, l'architecture et le génie civil et bâtiment avec 5%, l'agriculture et la biologie avec 2% ; et pour finir, la santé et le sport avec 01%. Il est à relever que les entrepreneurs enquêtés sont pour la majorité en poste, occupés dans le pays d'accueil puisque,

nous relevons que 32 % sont chefs d'entreprise, ce qui laisse apparaître l'aspect transnational de l'entrepreneuriat pour ces investisseurs, suivi des salariés avec 39 % et à moindre mesure d'autres fonctions tel que fonctionnaire et libéral (5%), consultant Freelance (7%), étudiant (9%) et seulement 3 % pour les personnes sans emploi. Ceci laisse apparaître que la motivation de retour au pays n'est pas sujette à la contrainte et à l'échec dans le pays de résidence, mais plutôt pour d'autres raisons que nous présentons ci-après :

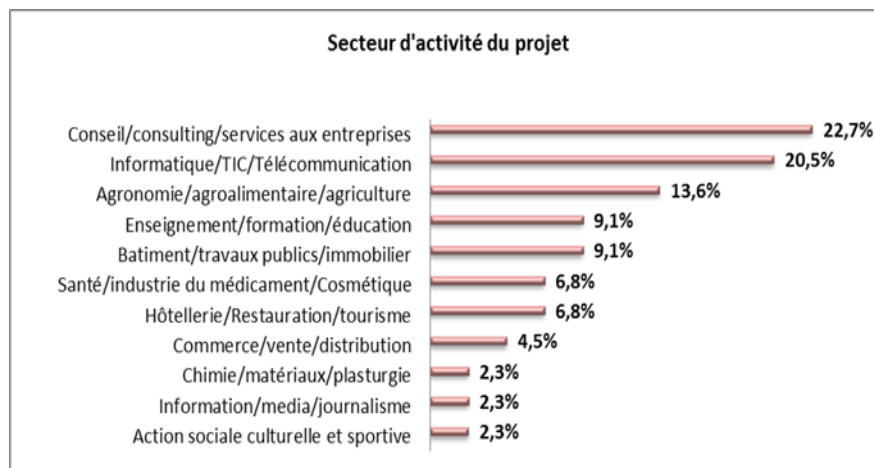


Source : A. NAFA, 2015

Le challenge et les opportunités qu'offre le marché algérien priment sur les motivations de retour des entrepreneurs de la diaspora dans le pays d'origine. Cependant, pour les freins à l'investissement, la bureaucratie, la politique instable et la corruption, dominent chez les entrepreneurs, comme le montre clairement le graphique.

2-2- Les TICs, l'ingénierie et le conseil aux entreprises, secteurs dominants

L'analyse des résultats de notre enquête fait apparaître une prédominance du secteur tertiaire avec 65% des projets réalisés, suivi par le secteur quaternaire avec 28% et, en troisième position, le secteur secondaire qui regroupe 7% de l'ensemble. Comme nous pouvons le constater sur le tableau ci-après, les activités sont diverses et variées. Toutefois, nous observons une prédominance du secteur de l'informatique et des Technologies de l'information et de la communication avec un taux de 28%, suivi du secteur du conseil aux entreprises avec un taux similaire. La prédominance que nous venons de constater est justifiée par la formation de base des personnes enquêtées qui est dominée par les sciences économiques et de gestion et l'informatique ainsi que par leur expérience professionnelle dans les pays d'accueil dans ces domaines.



A. NAFA, 2015

Sur cet ensemble, 38% considèrent que l'évolution moyenne de leurs effectifs depuis la création de leur entreprise, va de forte à très forte. Ceci nous renseigne sur le fait que plus d'un tiers sont dans

une logique de croissance assez prononcée. En outre, 43% d'entreprises trouvent que l'évolution de leurs effectifs est moyenne. Si nous examinons celle-ci dans l'absolu, on se rend compte que les entreprises sont dans une position favorable et que les recrutements évoluent à un rythme constant depuis leur création sur le marché algérien. Seules 19% trouvent que l'évolution moyenne de leurs effectifs va de faible à très faible.

Il est toutefois important de revenir sur certains éléments concordant l'apport des entrepreneurs au développement du pays d'origine. En effet, les données dont nous disposons nous ne permettent pas d'extrapoler ou de généraliser à l'échelle macro. Il est néanmoins, intéressant de constater plusieurs niveaux présentant la contribution de la diaspora :

- plus de 68 % créés leur entreprise avec des fonds propres, ce qui contribue aux transferts de fonds vers l'Algérie ;
- des secteurs d'activité à forte valeur ajoutée, notamment dans les nouvelles technologies et dans l'ingénierie, ce qui contribue au transfert de la connaissance ;
- plus de 40% des entreprises exportent leurs produits et services, ce qui contribue à la diversification des exportations algériennes, constituant ainsi, une rentrée de devises pour le pays ;
- 80% génèrent un chiffre d'affaires en nette évolution, ce qui justifie, 68 % ont des projets d'extension, de partenariat en national et international ;

Nous avons également relevé l'importance de l'usage de l'innovation dans l'entreprise, ainsi, 41 % font un usage fréquent (souvent) des facteurs d'innovation qui se traduit par l'investissement dans la recherche et développement, et l'introduction de nouvelles pratiques pour se différencier et renforcer leur position sur le marché. Ceci permet d'améliorer l'offre nationale des produits et services. Le dernier point que nous relevons des résultats de cette enquête par questionnaire portant sur l'effet positif de la diaspora sur l'Algérie, est celui des emplois créés, puisque nous observons, en moyenne, une évolution et une logique de croissance assez importante par l'essentiel des entreprises en activité. Les éléments soulevés dans cet article laissent apparaître un impact positif de l'investissement de la diaspora en Algérie. Néanmoins, compte tenu de la faiblesse de notre échantillon, il serait difficile de généraliser ses données et d'en valider la teneur. Cependant, l'enquête a produit des enseignements intéressants qui nous éclairent sur la réalité entrepreneuriale de la diaspora en Algérie. Plusieurs volets ont été traités : les aspects sociodémographiques, professionnels, motivations et freins à l'investissement, perception vis-à-vis du marché algérien, aspects organisationnels et stratégiques, le rapport à l'innovation et enfin, l'importance des réseaux dans le processus entrepreneurial de la diaspora. Certains de ces éléments ont été développés dans le cadre des études menées au Maghreb et en Algérie (Madoui, Santelli), cependant, plusieurs nouveaux éléments viennent compléter et enrichir ceux des recherches sus mentionnés. Les résultats affichent un intérêt grandissant de la diaspora pour le marché du pays d'origine, en l'occurrence, l'Algérie.

3- LES PERSPECTIVES DE DEVELOPPEMENT DE L'ENTREPRENEURIAT EN ALGERIE

À la lumière de tout ce que nous avons développé dans les parties précédentes, ce qui suivra nous permettra de vérifier les projets futurs de ces entrepreneurs en Algérie. Sommes-nous en présence d'une migration de retour pour affaires, ou bien, c'est un retour conjoncturel qui a pour but la saisie des opportunités qu'offre l'Algérie à une période où, économiquement, les pays du nord sont dans une situation inconfortable ?

Le marché algérien est considéré comme un eldorado pour la quasi-totalité des entrepreneurs. Chacun est presque leader dans son segment de marché, avec, dans certains cas, des positions de monopole. Un marché opportun que n'offriraient, certainement pas, ceux des pays occidentaux qui connaissent

depuis quelques années maintenant, une crise financière et économique qui se transforme en une crise de confiance.

Les entrepreneurs de la diaspora sur lesquels nous avons enquêté ont des parcours socioéconomiques exemplaires, avec des niveaux d'études très élevés. Ces traits qui caractérisent le profil de ces gens, ont énormément contribué à la réussite de leur entreprise en Algérie, comme cela a été développé dans les paragraphes précédents. À l'instar d'Amarouche (2009, P.129)¹ qui considère que l'expertise de ces gens est le principal mais non le seul gage de leur réussite et de la croissance de leur entreprise, de nombreuses études considèrent en effet comme facteur de croissance de l'entreprise, non seulement l'expertise du dirigeant, mais aussi ses motivations, sa vision² et, plus généralement, les facteurs psychologiques (y compris sa trajectoire personnelle et son historique familial) qui déterminent les principaux traits de sa personnalité (Janssen, 2002)³. Ces facteurs sont en effet étudiés dans l'analyse de notre échantillon. Ils s'apparentent à ceux relevés chez les gens d'affaires de la diaspora et semblent jouer un rôle prépondérant pour la réussite des projets.

Cependant, les traits de personnalité à eux seuls, ne justifient pas le maintien dans le temps et dans l'espace de cette population sur le marché algérien. Nous avons effectivement relevé, que certains des membres de la diaspora trouvent des difficultés à se socialiser en Algérie. Il en est de même pour les entrepreneurs mariés et qui ont des enfants, qui, pour la majorité, préfèrent être ici et là-bas et faire des va-et-vient plusieurs fois dans l'année pour être présents auprès de leur famille à l'étranger et suivre leur affaire ici dans le pays ; ajouté à cela, l'instabilité des lois régissant l'activité économique et le climat des affaires qui entravent considérablement les objectifs de croissance de ces entrepreneurs, comme cela a été le cas au niveau des exportations ou l'importation des services.

Les résultats de cette recherche portant sur les prospectives et les perspectives de la diaspora économique en Algérie, font apparaître plusieurs profils d'entrepreneurs. Disons que d'emblée, le fait d'être dans une position de leadership stratégique ne suppose pas systématiquement avoir le même comportement pour l'ensemble des entrepreneurs. Les facteurs inhérents aux traits de personnalité de l'individu justifient qu'il soit un leadership stratégique. Cependant, les profils que nous développerons sont en rapport avec leurs perspectives en Algérie et dépendent également des facteurs extrinsèques. L'examen a porté sur le rapport des individus à l'environnement global de l'entreprise, à savoir, l'environnement social, économique, politique, etc. C'est ce qui détermine les différences entre les entrepreneurs. Le rapport à l'innovation n'est pas un facteur discriminant, puisque nous sommes en présence d'entrepreneurs schumpétériens, et qui sont, pour la quasi-totalité, innovateurs sur leur segment de marché. L'analyse des trente-six entretiens souligne l'existence de trois types principaux d'entrepreneurs qui se distinguent par leur rapport au territoire local et international, qui se définit par leurs objectifs socioprofessionnels et leurs conditions socioéconomiques.

3-1- Les Challengers

Les entrepreneurs de la diaspora proche du modèle des challengers, se caractérisent par un tempérament réfléchi, opportuniste et d'anticipation sur les choix stratégiques à mener sur le marché. Ils représentent la plus grande fraction de notre échantillon. Ils sont trente et une personnes au total, avoisinant ainsi 86% du total. Les challengers sont des personnes très motivées, responsables et prêts à relever les défis : «... *il n'y avait pas assez d'entrepreneurs courageux qui, à l'époque, pouvaient*

¹ AmaroucheAhcène, (2010), « Quelle place pour les PME industrielles dans une économie libéralisée de rente ?cas de l'Algérie. Ed. Harmattan.

² Par vision, de nombreux auteurs entendent une image mentale d'un état futur possible et désiré de l'organisation. Voir à ce sujet Allili, 2006.

³ Janssen, F. (2002), Les déterminants de la croissance de l'emploi des PME relatifs aux caractéristiques du dirigeant d'entreprise », VIème congrès international francophone sur la PME, HEC Montréal, octobre.

ou voulaient prendre des risques. C'était plus facile d'investir dans des domaines stables, des domaines plus juteux, plus rentables tels l'importation, le commerce ... ».

Ils sont, sans exception, sur des segments à forte valeur ajoutée et évoluent sur des positions de leaders sur leur marché : « *Dès la première année, on a recruté pratiquement une personne par mois* ». Leur stratégie de déploiement et de développement se fait à l'échelle locale, nationale et également à l'international, puisque nous enregistrons dix-sept entreprises exportatrices dont trois sont dans un processus de recherche de débouchés à l'international et quatorze entrepreneurs évoluant sur les marchés locaux et nationaux. Nous sommes en présence d'entreprises à forte valeur ajoutée qui sont, pour la majorité d'entre elles, sur des plans de développement et d'extension, que ce soit sur le marché national ou à l'international, à l'instar de cet entrepreneur spécialisé dans les solutions informatiques :

« Nous sommes 55 salariés, ingénieurs et techniciens. Notre ambition sur deux ans, c'est à dire sur 2000-2015, c'est d'approcher les 150 ingénieurs en Algérie. Ceci rentre dans le développement du business, et puisque le potentiel est là, on va continuer à avancer. Ce sont des offres que nous avons effectivement mises en place. Mon objectif, également, serait de faire venir des sociétés étrangères et notamment dans le domaine de l'emploi. Je parlais de Manpower Group qui sont nos partenaires ; C'est 51/49 sous le mode de la franchise ; et pourquoi pas, effectivement, une dimension nationale. Moi j'ai bon espoir, en effet, de continuer à progresser dans notre domaine technique et technologique et en informatique. On a deux domaines aujourd'hui sur lesquels on travaille : c'est le transport terrestre, notamment, le tramway. Nous avons un contrat avec Alstom...pour les tramways d'Oran, de Constantine, pas encore d'Alger, mais avec d'autres tramways également qui se mettent en place. Donc avec une certaine diversification du business, plein d'autres idées que nous sommes en train de cogiter pour avancer ».

Nous avons ici, un exemple illustratif des challengers qui s'organisent et s'adaptent aux nouvelles opportunités qui s'offrent à eux. Les entrepreneurs qui s'apparentent à ce profil sont déterminés à se maintenir sur le marché algérien et à ne pas céder aux difficultés. Ils sont conscients des enjeux et pour des besoins de coopération et de ralliement, ils s'organisent souvent autour d'associations dans le domaine technique tel, à titre d'exemple, Cooptech, qui est une association nouvellement créée, fin 2014, par les entrepreneurs de la diaspora spécialisés dans les technologies, d'autres pour la promotion et le développement de l'entrepreneuriat (Algerian star up initiative) etc.

Ces éléments sont le prélude à une présence prolongée de la diaspora économique en Algérie ; un prolongement en termes d'investissement, de projets et de marché ; Une population organisée et qui tend à s'organiser davantage autour de groupes formels (associations, Think-tanks, Business Angel).

3-2- Les Déçus

Ce groupe d'entrepreneurs est très restreint. Il ne contient que quatre individus. Les déçus sont des entrepreneurs motivés, dynamiques qui ne sont pas totalement différents des challengers. Ils sont déçus pour deux raisons distincts : la première concerne deux des quatre personnes qui ont des petites entreprises avec plus de 20 salariés et qui ont connu une évolution constante de leur activité, y compris à l'international. Ils sont déçus par les politiques publiques et par les changements récurrents au niveau de l'activité économique : « En termes d'affaires (relations fournisseurs/clients), c'était plus souple avant. Les clients n'étaient pas boudés sur les contrats : manque de réactivité (alourdissement des procédures au niveau des entreprises) [...] Effectivement, le climat des affaires en Algérie est très difficile et l'État devra alléger les procédures. En France, par exemple, la difficulté c'est le marché ». Ces deux entrepreneurs sont également leader dans leur segment et sont toujours en activité en Algérie. Leur sentiment que le pays régresse à tous les niveaux, social et économique, les amènent à rechercher d'autres possibilités, à savoir, le redéploiement dans le pays d'accueil et/ou sur d'autres marchés africain et du moyen orient, à l'instar de cet entrepreneur : « *Autant j'étais*

optimiste en 2005 parce qu'effectivement, on sentait qu'il y avait une ouverture et une dynamique ; mais en fait, on s'est dit : Bon. Je me suis dit : Dans 5 ans, on va certainement avancer. À ce jour je trouve que ça régresse, en fait notre pays est en train de régresser en termes de mentalité, même en termes de business et de politique. Tout est en train de régresser en fait ». « En ce moment, je discute avec des partenaires en France pour commercialiser une solution, voire même se déployer en fait en France, et surtout, on commence à répondre à pas mal de demandes sur le marché international, en Afrique, même au moyen orient : Qatar, Arabie saoudite... ».

Pour ce qui est des deux autres personnes du groupe, ils sont déçus pour d'autres raisons : Leurs projets sont à forte valeur ajoutée dans les services. Leur déception est due aux difficultés à pénétrer le marché public qu'ils considèrent comme étant fermé. Compte tenu de la spécificité de leur offre destinée en grande partie aux administrations publiques, ces deux entrepreneurs sont dans une logique de veille stratégique, d'expectative et de promotion continue de leurs produits. Ils sont entre ici et là-bas, leur résidence permanente est en France, mais ils sont en déplacement souvent en Algérie pour le suivi de leur affaire en Algérie, qui est gérée par une personne désignée à cet effet : *« J'ai été reçu au niveau de cinq ou six Ministères clés, j'ai été reçu par une dizaine de directeurs centraux, j'ai vu leur comportement, on se croirait en Inde... les bureaux sont pleins de documents mais c'est du pipeau, c'est du bidon... L'Algérie, je suis très pessimiste, jusqu'à la fin....C'est vraiment trop. C'est-à-dire que pour que la diaspora puisse venir en Algérie, il faudrait leur faciliter... ».*

Au fil du temps, avec les entraves que rencontrent les déçus, ils deviennent pessimistes à l'égard de l'Algérie et finiront par la quitter un jour.

3-3- Le déguerpi

À l'opposé des deux autres types d'entrepreneurs de la diaspora, celui-ci ne contient qu'une seule personne. Nous ne pouvons évidemment pas en faire un groupe ou une typologie, mais nous considérons qu'il faut le présenter en tenant compte de son caractère singulier. En effet, sur les trente-six personnes enquêtées, nous enregistrons un seul cas qui a vu échouer son projet en Algérie. Malgré son caractère innovant et l'utilité économique qu'offrait le produit pour l'entreprise historique nationale Sonelgaz,⁴ son principal client, et pour le pays, le projet n'a pas pu aboutir, d'autant plus que celui-ci a été entamé dans les années 90, à un moment où l'Algérie avait besoin d'investisseurs. Cette personne issue de l'immigration avait procédé aux démarches de négociations pour la commercialisation du procédé, sans avoir au préalable pris connaissance du contexte national et du fonctionnement des administrations publiques en Algérie. Ce gap informationnel et le fait de n'avoir pas été accompagné dans ses démarches, ont probablement aidé à l'avortement de ce projet. *« Déjà, gouverner une société avec des gens éduqués c'est dur. Alors un pays avec des cassures à tous les maillons de la chaîne, c'est complexe. Mais après il faut se ressaisir. C'est-à-dire que...l'Algérie a suffisamment produit de gens de qualité...moi les gens les plus brillants que j'ai rencontrés dans ma vie, c'est des algériens. Ce qui est dommage, c'est pourquoi la diaspora algérienne, elle, n'arrive pas à faire quelque chose en Algérie. C'est uniquement un problème de confiance et de corruption. C'est-à-dire qu'ils préfèrent que ce soit un italien ...n'importe quel gueux italien qui vient en Algérie peut rafler un marché de 3 millions d'euros et moi je n'ai jamais rien vendu en Algérie ».* Cette personne avait une attache particulière avec l'Algérie et a souhaité y apporter concrètement son savoir-faire à une époque où l'Algérie baignait dans le terrorisme. Il a fini par céder et à mettre fin à son projet après plusieurs tentatives de commercialisation de son produit. Cet entrepreneur⁵ était chef

⁴ Entreprise nationale de distribution de gaz et d'électricité.

⁵ « La technologie que j'avais, m'a permis en fait de faire deux choses pour EDF. J'ai fait la 1ère application de (traitement...) de l'électricité et du gaz, avec carte à puce en 1990. Mon concurrent direct c'était Schlumberger. Dans la boîte on était 10. Technologiquement je les ai doublés. J'ai fait aussi un lecteur de factures avec une technologie

d'entreprise en France et détenait 37 brevets à l'époque. La perception de la diaspora vis-à-vis de l'investissement en Algérie est positive. En effet, nous sommes en présence d'entrepreneurs dont les orientations stratégiques sont portées sur l'extension de l'activité, de produits et de marché ainsi que le développement de l'investissement en Algérie et à l'international. Les déçus sont néanmoins minoritaires et ne préconisent pas l'abandon de leur activité en Algérie sur le court et moyen terme.

Conclusion

Cette recherche s'inscrit dans une approche exploratoire. L'objectif était de comprendre dans quelles mesures la diaspora algérienne pourrait participer au développement du pays d'origine et quel est son rôle dans le développement de l'entrepreneuriat innovant et de l'innovation productive. La question centrale est de savoir, est-ce que l'Algérie peut tirer profit de l'entrepreneuriat de la diaspora ? La déclinaison et le retour sur ces quelques résultats permettent de mettre en relief la teneur de cette recherche sur le plan empirique. Elle souligne en effet la nouveauté des connaissances apportées à la jeunesse des entrepreneurs et leur niveau d'étude, la transnationalité, la passion et opportunisme mêlés et la combinaison de l'économique et du socio-culturel. Des éléments permettant d'enrichir les enseignements sur le sujet.

Les perspectives de développement de l'entrepreneuriat diasporique en Algérie sur le moyen terme sont prometteuses. Les résultats font apparaître que plus de 86% de notre échantillon s'inscrivent sur des stratégies de développement de leur entreprise tant au niveau local qu'international. Ce type que nous appelons « Challengers » par son tempérament actif et progressiste. Néanmoins, le contexte politique, économique et social semble pouvoir changer leur position vis-à-vis de leur investissement en Algérie. Le manque de visibilité politique et économique influent considérablement sur les motivations des entrepreneurs. Cette réalité laisse apparaître un autre type d'entrepreneurs qu'on pourrait appeler les « Déçus ».

Dans un contexte socioéconomique et politique instable, le risque c'est justement de voir basculer les challengers vers les déçus, ce qui nous entrainera vers le troisième type que nous appelons les « Déguerpis ».

Bibliographie

- Beine, Michel, Frederic Docquier, et Hillel Rapoport. 2001. « Brain drain and economic growth: theory and evidence ». *Journal Of Development Economics* 64 (1): 275-89.
- Bhagwati, J.N, et K Hamada. 1974. « The brain drain, international intergration of markets for professionals and unemployment ». *Journal Of Development Economics* 1 (1): 19-42.
- Docquier, Frédéric. 2007. « Fuite des cerveaux et inégalités entre pays ». *Revue d'économie du développement* 15 (2): 220.
- Meyer, Jean-Baptiste. 2008. « La circulation des compétences, un enjeu pour le développement ». *Annuaire suisse de politique de développement: Migration et développement ; un mariage arrangé* 27 (2): 53-67.
- Mounthford, A. 1997. « Can a brain drain be good for growth in the source economy? » *Journal Of Development Economics* 53 (2): 287-303.
- Saxenian, Annalee. 2002. « Local and Global Networks of Immigrant Professional in Silicon Valley. ». San Francisco: Public Policy Institute of California. »
- Stark, O, C Helmenstein, et A Prskawetz. 1997. « A brain gain with a brain drain ». *Economics Letters* 55: 227-34.
- Usher, D. 1977. « Public Property and the Effects of Migration upon other Residents of the Migrants Countries of Origin and Destination ». *Journal of Political Economy* 85 (5): 1001-20.

(OCR ?), pour lire les titres de paiement d'électricité, et mon concurrent direct là c'était Siemens. Donc je l'ai doublé, technologiquement, qualité... ».

- Amarouche Ahcène, (2010), « Quelle place pour les PME industrielles dans une économie libéralisée de rente ? cas de l'Algérie. Ed. Harmattan.
- Ali Ben-Ali, A, et Aziz Nafa. 2015. « Les identités professionnelles des ingénieurs maghrébins formés dans les grandes écoles françaises ». In *Trajectoires des ingénieurs des grandes écoles françaises*, PubliSud. France: L. Gardelle et M. Benguerna.
- Badie, B, R Brauman, E Decaux, G Devin, et C Wihtol De Wenden. 2008. *Pour un autre regard sur les migrations*. Paris: La Découverte.
- Bidet, Jennifer, et Lauren Wagner. 2012. « Vacances au bled et appartenances diasporiques des descendants d'immigrés algériens et marocains en France ». In *Diaspora*, Ecole Normal Supérieur de Lyon, 23:113-30. France: Tracés.
- Black, R, R King, et R Tiemoko. 2003. « Migration, Return and Small Entreprise Development in Ghana: a Route out of Poverty? » *Sussex Migration Working Paper n 9*, Sussex: Centre for Migration Research.
- Cassarino, Jean-Pierre. 2007. « Migrants de Retour au Maghreb: Réintégration et Enjeux de développement ». Rapport général. Maghreb: Robert Schuman Institute For Advanced Studies.
- Daviet, Sylvie. 2012. « L'entrepreneuriat trans méditerranéen en question ». In *Vers un entrepreneuriat trans méditerranéen? Les stratégies d'internationalisation des entreprises maghrébines et de réinvestissement des Maghrébins d'Europe*. MMSH d'Aix-en Provence.
- Dumont, Jean-Christophe, et Gilles Spielvogel. 2008. « Les migrations de retour: un nouveau regard ». *Perspectives des migrations internationales*, 181-246.
- Gmelch, G. 1980. « Return Migration ». *Annual Review of Anthropology* 9: 135-59.
- Janssen, F. (2202), Les déterminants de la croissance de l'emploi des PME relatifs aux caractéristiques du dirigeant d'entreprise », VIème congrès international francophone sur la PME, HEC Montréal, octobre.
- Madoui, Mohamed. 2012. *Entreprises et entrepreneurs en Algérie et dans l'immigration : Essai de sociologie économique*. Karthala.
- Mazzella, Sylvie. 2014. *Sociologie des Migrations*. Que sais-je. Presses Universitaires de France.
- Petit, Véronique. 2007. *Migrations internationales de retour et pays d'origine*. CEPED. Paris: Véronique PETIT.
- Santelli, Emmanuelle. 2010. « Entre ici et là-bas: les parcours d'entrepreneurs transnationaux. Investissement économique en Algérie des descendants de l'immigration algérienne de France ». *Sociologie* 1 (3): 393-411.
- . 2011. « De l'investissement en Algérie, mobilités et développement entrepreneurial. Le cas des descendants d'immigrés algériens ». In *Entrepreneurs maghrébins. Terrain en développement.*, IRMC-KARTHALA, 419-30. Pierre-Noel Denieul et Mohamed Madoui.
- Saxenian, Annalee. 2006. *The New Argonauts: Regional Advantage in a Global Economy*. Harvard University Press. USA: Publication Data.
- Stark, O, C Helmenstein, et A Prskawetz. 1997. « A brain gain with a brain drain ». *Economics Letters* 55: 227-34.