

La promotion de la PME et de l'entrepreneuriat en Algérie : deux décennies d'efforts pour quels résultats ?

Promotion of SMEs and entrepreneurship in Algeria
two decades of effort for what results?

ABDELLAH Redouane¹

Dr/Laboratoire d'économie & développement,
Faculté SECSG, Université de Bejaia, Algérie
redabdellah@gmail.com

Date de soumission : 25/02/2021 / Date d'acceptation : 17.03.2021

Résumé

Cette étude a pour objectif d'évaluer l'efficacité de la stratégie de l'État de promotion de la PME et de l'entrepreneuriat. Pour ce faire, nous avons analysé les données relatives aux performances réalisées par les différents dispositifs chargés de la promotion de la PME et de l'entrepreneuriat. Cette étude montre que les performances réalisées restent en deçà du potentiel entrepreneurial réalisable, des objectifs poursuivis, des moyens et avantages déployés et des normes internationales en la matière. L'environnement institutionnel peu favorable à la pratique des affaires en est le facteur prioritaire à prendre en charge.

Mots clés : PME, Entrepreneuriat, Algérie, Stratégie de l'Etat, Performance

Codes Jel : L5, O2, O11, O21, O25

Abstract

This study aims to evaluate the effectiveness of SME and entrepreneurship promotion strategy. To do this, we analyzed the data and statistics provided by the various bodies responsible for the promotion of SMEs and entrepreneurship. This study shows that the performance achieved remains below the achievable entrepreneurial potential, the objectives pursued, the means and advantages deployed and international standards in this area. The unfavorable institutional environment for doing business remains the priority factor to take care of.

Keywords: SME, Entrepreneurship, Algeria, State Strategy, Performance

Codes Jel : L5, O2, O11, O21, O25

¹ **Auteur Correspondant :** Abdellah Redouane. **E-Mail :** redabdellah@gmail.com

Introduction

Depuis le début de la décennie 2000, la promotion de la PME et de l'entrepreneuriat constitue, en Algérie un objectif explicite de l'État et une stratégie fondamentale de développement socioéconomique du pays. Dès lors, elle fait l'objet de mesures institutionnelles de diverse nature, réglementaires, administratives, organisationnelles, techniques, etc. dont le but est d'encourager, de faciliter et de soutenir la création de nouvelles entreprises ainsi que leur développement et leur compétitivité. Ainsi, une loi sur la promotion de la PME a été promulguée (loi de 2001 modifiée et complétée par la loi de 2016), un ministère chargé de la PME a été instauré (2001/2012), des organismes publics chargés d'accueil, d'orientation, de financement, d'accompagnement, etc. sont mis en place, des avantages financiers, fiscaux, parafiscaux, administratifs, etc. sont prévus. La mise en œuvre de ces mesures devrait aboutir à densifier le tissu des entreprises pour attraper la norme internationale (45 entreprises pour 1000 habitants), à mettre à niveau les PME en activité pour améliorer leur compétitivité (20 000 PME dans le programme 2010/2014), à développer la sous-traitance nationale pour densifier le tissu des PME et favoriser l'insertion de celles-ci dans les chaînes de valeur mondiales, etc.

Après deux décennies de mise en œuvre de la stratégie de promotion de la PME et de l'entrepreneuriat, il convient de s'arrêter sur les progrès réalisés en la matière pour examiner l'efficacité de cette stratégie et voir dans quelle mesure les objectifs tracés sont atteints. Ceci constitue l'objectif du présent article que nous exprimons sous la forme du questionnement suivant : dans quelle mesure la stratégie de l'État de promotion de la PME et de l'entrepreneuriat est-elle efficace ? À quel point les objectifs tracés sont-ils atteints ? La PME et l'entrepreneuriat sont-ils suffisamment promus ? Il convient d'avancer que la lecture des statistiques relatives à l'évolution de la démographie des PME laisse croire que la stratégie de l'État a permis de propulser une dynamique entrepreneuriale intéressante. Ces statistiques montrent que les nouvelles créations d'entreprises sont de plus en plus nombreuses et que la population des PME grandit d'année en année, passant de moins de 300 mille unités en 2003 à près de 1,2 million en 2016. Toutefois, ces statistiques ne suffisent pas, à elles seules pour conclure à une promotion suffisante de la PME et de l'entrepreneuriat ou à une efficacité évidente de la stratégie de l'État. Car, encore faut-il que ces statistiques soient analysées et complétées par la prise en compte du potentiel entrepreneurial (porteurs de projets), des objectifs tracés, des ressources mobilisées, etc. C'est ce que nous tâchons de réaliser dans le présent article, en confrontant les performances réalisées au potentiel réalisable. Avant d'en venir, nous rappelons d'abord les éléments de la stratégie de l'État de promotion de la PME.

1. Rappel des éléments de la stratégie de l'État de promotion de la PME et de l'entrepreneuriat

La promotion de la PME et de l'entrepreneuriat n'est consacrée formellement que depuis le début de la décennie 2000, à travers la « loi d'orientation sur la promotion de la PME » de 2001². Tout en définissant la PME, cette loi définit aussi les mesures d'aide et de soutien à sa promotion avec l'objectif

² Journal officiel N° 77 du 15 décembre 2001

d'en faire un instrument de croissance économique et de promotion des exportations. Pour cela, la loi prend en charge la promotion d'un cadre législatif et réglementaire propice à la création de l'esprit d'entreprise et au développement des PME, l'encouragement de l'émergence d'un environnement économique, scientifique, technique et juridique assurant aux PME le soutien nécessaire à leur développement, la facilitation de l'accès au financement, l'encouragement de l'émergence de nouvelles entreprises, la promotion de la sous-traitance, l'amélioration de la compétitivité, etc.

La stratégie de promotion des PME et de l'entrepreneuriat définie par la loi de 2001 repose sur quatre axes majeurs : la création, l'exploitation, la sous-traitance et l'information économique sur les PME. Pour promouvoir les créations de (nouvelles) PME, la loi prévoit la création de « centres de facilitation » chargés de faciliter les formalités de constitution, d'information, d'orientation, d'appui et d'accompagnement des PME. Elle prévoit aussi la création des organismes chargés de procurer et de mobiliser des financements et des « fonds de garantie » chargés de garantir aux PME des financements bancaires. Sur le plan de l'exploitation, la loi prend en charge le développement des partenariats publics/privés, l'élargissement du champ de la concession des services publics au profit des PME, l'octroi d'une proportion des marchés publics au profit de celles-ci et la mise en œuvre des programmes de mise à niveaux de la compétitivité des PME.

La promotion de la sous-traitance est confiée au « conseil national de la sous-traitance » dont les tâches consistent à favoriser l'insertion des PME dans les chaînes de valeurs internationales, à promouvoir les partenariats des PME avec les grands donneurs d'ordre (nationaux et étrangers), etc. A cet effet, quatre « Bourses Régionales de Sous-traitance et du Partenariat » sont créées lors de la convention Algérie PNUD/ONUDI, dans l'objectif d'établir une banque de données industrielles sur la sous-traitance des entreprises algériennes. Enfin, la loi prend en charge l'établissement et le développement d'un système d'information sur les PME et d'une banque de données dont l'objectif est de promouvoir la diffusion de l'information à caractère industriel, économique, commerciale, professionnel et technologique relative au secteur des PME. Les PME et tout autre organisme (CNAS, CASNOS, CNRC, ONS, Douanes, administration fiscale, etc.) sont tenus de fournir les informations dont ils disposent.

La mise en œuvre de la stratégie de promotion des PME est confiée à une multitude d'organismes publics que l'on peut regrouper en trois grandes catégories. La première est composée d'organismes à caractère administratif, consultatif ou informationnel dont la mission est d'initier et de mettre en œuvre toute mesure de nature à promouvoir le secteur des PME. On en distingue :

- **L'AND-PME**, créée en 2005 comme instrument principal de la mise œuvre de la politique nationale de développement du secteur des PME et de la mise en œuvre du programme national de mise à niveau des PME.
- **Le conseil national consultatif pour les PME**, créé en 2003 dans l'objectif de promouvoir le dialogue et la concertation entre les PME et leurs associations professionnelles d'une part et les pouvoirs publics d'autre part .
- **Les Directions régionales de PME**, dont la mission est de produire et de fournir l'information sur l'évolution du secteur des PME dans les wilayas.
- **Le conseil national de sous-traitance**, qui pilote les quatre Bourses Régionales de Sous-traitance et du Partenariat chargées de promouvoir la sous-traitance la

coopération entre PME, à travers la mise à leur disposition d'une banque de données sur les opportunités de la sous-traitance et de partenariat.

La deuxième catégorie est composée d'organismes à caractère commercial dont l'action porte sur la prise en charge et la mise en œuvre des avantages financiers, fiscaux, parafiscaux, administratifs, etc. On en distingue:

- **L'ANSEJ**, créée en 1996 et destinée aux jeunes de moins 35 ans et porteurs de projets de création ou d'extension des entreprises dont le coût total ne dépasse pas 10 millions DA (micro entreprises). Elle est chargée de leur fournir le soutien, les conseils, l'accompagnement, la formation et l'information. En outre, elle est chargée de leur faciliter l'accès au financement bancaire tout en en prenant en charge une partie du coût (depuis 2013, l'agence prend en charge la totalité des intérêts dus au financement bancaire).
- **La CNAC**: employée, à partir de 2004, en priorité à la mise en œuvre du dispositif de soutien à la création d'activité pour les chômeurs promoteurs âgés de 35 à 50 ans. Elle est chargée de leur apporter le financement à la création d'activité dont le coût total ne dépasse pas 5 millions de DA. Depuis 2010, le seuil est porté à 10 millions DA avec des bonifications à 100%.
- **L'ANDI**, créée en 2001 afin de prendre en charge les objectifs de la promotion des investissements en Algérie et à l'étranger, la facilitation de la pratique des affaires, l'assistance, l'aide et l'accompagnement des investisseurs, etc. Elle a une implication plus large, étant destinée à toutes catégories d'investisseurs et prend en charge le financement nécessitant plus de 10 millions de dinars. Elle est dotée d'un guichet unique décentralisé au niveau local (au niveau des wilayas) dans le souci de faciliter la démarche administrative à l'investisseur.
- **L'ANGEM**, créée en 2004 comme instrument de lutte contre le chômage et la précarité. Elle est chargée de développer l'auto-emploi, le travail à domicile et les activités artisanales et de métiers, en particulier chez la population féminine. Pour cela, elle prend en charge le financement, le soutien, les conseils, l'accompagnement et l'assistance au profit du porteur de projet dans la mise en œuvre de son activité dont le coût total ne dépasse pas un million de dinars. Elle est dotée d'un « Fonds de Garantie Mutuelle des Microcrédit », qui a pour mission de garantir les microcrédits accordés.

La troisième catégorie est composée de fonds d'investissement ou de garantie des crédits aux PME. On en distingue:

- **Le Fonds d'appui à l'investissement** destiné à prendre en charge des dépenses partielles ou globales engagées pour l'amélioration des infrastructures environnantes de l'investissement (arrivées d'électricité, de gaz, d'eau, etc.).
- **Le FGAR- PME**: crée en 2002 pour faciliter l'accès des PME aux financements bancaires à moyen terme afin de supporter leur démarrage et leur expansion, en prenant en charge des garanties (de 10 % à 80 %) de la perte nette assumée par les banques sur les financements octroyés aux PME
- **La Caisse de garantie de crédits d'investissement-PME**, créée en 2004 pour prendre en charge les garanties (au profit des banques) sur les risques de défaillance de remboursement des crédits d'investissement (inférieure ou égale à 7 ans) et des crédits-bails (inférieure à 10 ans) contractés par les PME.
- **Les fonds de garanties de crédits spécifiques**, destinés à des filières d'activités innovantes (industrie de technologies); les crédits à long terme pour la restructuration de ces entreprises, destinés à l'achat d'appareils,

d'équipements et de l'immobilier; les crédits pour leur stabilité, leur permettant d'améliorer leurs fonctions stratégiques.

- **Les fonds d'investissement de wilaya**, créés en 2009 chargés de participer au capital des PME. La prise de participation prend trois formes : le capital-risque pour les PME en création, le capital développement et le financement de restructuration, transmission et rachat des participations détenues par une autre société de capital investissement dans l'objectif d'assurer la pérennité de la PME et la sauvegarde de ses emplois.

Il faut rappeler que de nouvelles mesures de soutien à la promotion et au développement des PME et de l'entrepreneuriat sont prévus par la (nouvelle) loi sur la PME, promulguée au début de l'année 2017³. Tout en redéfinissant la « PME », cette loi prévoit l'instauration des régimes fiscaux adaptés, des facilités d'accès au foncier industriel, des facilités d'accès aux instruments et services financiers adaptés à leurs besoins, un fonds d'amorçage chargé d'encourager la création de start-up innovantes (le financement des frais préalables de recherche et de développement, de business plan, etc.), etc. En outre, elle prévoit la mise en œuvre des mesures d'encouragement au développement des groupements et de coopération des PME.

2. Analyse et évaluation des performances de la stratégie de l'Etat de promotion de la PME et de l'entrepreneuriat

2.1. Les indicateurs de la dynamique entrepreneuriale

Durant les deux dernières décennies, des progrès intéressants sont réalisés en matière de création d'entreprises. En effet, le nombre de PME créées a plus que triplé entre 2003 et 2019, passant de moins de 300 000 à près de 1,2 million. Ceci signifie que la population des PME s'accroît, en moyenne d'environ 8 % par an.

Néanmoins, ces résultats restent insuffisants compte tenu des normes internationales en matière de la dynamique entrepreneuriale. En effet, ces chiffres font que la densité d'entreprises en Algérie n'est qu'à 28 entreprises (pour 1000 habitants), loin des 45 comme standard international (67 en Espagne, 38 au Japon, 40 dans l'UE). Il en va de même pour le solde des créations nettes qui ne s'élèvent qu'à environ 85 PME par 100 000 habitants en Algérie, alors qu'elles représentent 440 en France et 880 en Espagne. Il en va de même aussi pour l'indice de nouvelles inscriptions par 1000 habitants qui est de 0,6, bien inférieur à la moyenne mondiale, qui s'élève à 4 (5,4 dans les pays de l'OCDE, 6 dans les pays de l'UE)⁴.

En clair, la dynamique de création d'entreprises reste à promouvoir. En fait, la dynamique de création d'entreprises ne s'accompagne pas, en Algérie d'une dynamique de pérennité des entreprises créées, en témoigne le taux élevé de mortalité des entreprises. En effet, les données du CNRC montrent que le taux de mortalité des entreprises (radiation au registre du commerce) dépasse en moyenne 50% (53% entre 2007/2019) ; ceci signifie qu'au moins une entreprise sur deux disparaît l'année même de sa création. La pérennité des entreprises ne semble pas constituer une priorité dans la stratégie de l'Etat. La loi de 2001 sur la promotion

³ Loi n° 17-02 du 10 janvier 2017, portant « loi d'orientation sur le développement de la petite et moyenne entreprise (PME) ». Journal officiel n 02 du 11 janvier 2017.

⁴ Données de la banque mondiale

de la PME (qui constitue le cadre référence pour la stratégie de l'Etat vis-à-vis de la PME) n'y fait aucune référence.

2.2. Les dispositifs nationaux d'appui à la création d'entreprises

Ces dispositifs correspondent à l'ANSEJ, l'ANDI, l'ANGEM, et la CNAC. Ils ont accordé plus de 1,5 millions de crédits dont seulement moins de la moitié est faite au titre de la création d'entreprises⁵. Le nombre d'entreprises créées dans le cadre de ces dispositifs est d'environ 663 612. Si ce nombre peut paraître important, cette importance est vite réduite lorsqu'on sait qu'il correspond au cumul réalisé sur une période de temps suffisamment longue (plus de 20 ans pour la CNAC et l'ANSEJ, plus de 15 ans pour l'ANDI et l'ANGEM). En fait, ces (quatre) dispositifs concourent, en moyenne à soutenir la création de moins de 30 000 entreprises chaque année, soit seulement quelque 7200 entreprises en moyenne pour chaque dispositif (tableau 1).

Tableau 1. Performances des dispositifs de soutien à la création d'entreprises

	ANSEJ	ANDI	CNAC	ANGEM	Total
Nombre d'entreprises créées (cumul)	385 166	40430	150 278	87 738	663612
Moyenne annuelle ⁶	16 048	2 246	6 011	4 387	28691

Sources : Etabli à partir des données des dispositifs concernés (données 2019)

Ces performances paraîtront insuffisantes compte tenu des nombreux avantages prévus pour les porteurs de projets. Dans le cas de l'ANSEJ, à titre d'exemple, un entrepreneur potentiel bénéficierait des aides financières (prêts non rémunérés et bonification à 100% des crédits bancaires), des formations, de l'accompagnement, des exemptions et exonérations fiscales durant la phase de réalisation des investissements, des exonérations fiscales durant la phase de démarrage de l'activité, des abattements fiscaux à l'issue de la période des exonérations, etc. Ces avantages sont (en apparence) tellement intéressants qu'ils attisent le désir d'entreprendre chez l'algérien. Mais ce désir n'est pas suffisamment bien pris en charge. Les données disponibles montrent à quel point l'écart entre le nombre de projets d'investissement soumis au soutien (dossiers déposés) et celui de projets financés est important (annexe). A titre d'exemple, dans le cas de l'ANDI (tableau 2), seulement 6% des porteurs de projets ont pu bénéficier du financement (projets déclarés/projets prévus). L'enquête réalisée par l'ONS en 2011 porte à comprendre que cet écart est encore plus important, car il fait ressortir seulement 4 % la proportion des enquêtés ayant déclaré avoir bénéficié du soutien des dispositifs d'aide à la création de l'entreprise. Au-delà des décisions volontaires de certains porteurs de projets d'interrompre la démarche, cet écart suggère que des obstacles jalonnent le parcours des porteurs de projets dans leur démarche de demande de soutien, les empêchant d'y accéder ou les poussant à abandonner. Si l'on prend le cas de la CNAC, on réalise combien les démarches peuvent freiner l'investissement : pour qu'un projet puisse être financé, au moins 6 étapes doivent nécessairement être franchies (Dépôt de dossier, Etude Technico

⁵ près de 1 million de crédits est accordé par la seule ANGEM pour l'achat de matières premières.

⁶ Cette moyenne est calculée par nous-mêmes en rapportant le nombre de créations (cumul) sur le nombre d'années d'existence de chaque dispositif.

Economique, Examen du Projet par le C.S.V.F, La formation des chômeurs promoteurs, Dépôt du dossier du financement bancaire, Financement du Projet).

Tableau 2. Le potentiel entrepreneurial prise en charge

	ANSEJ	CNAC	ANDI
Demande de financement	718 510	380997	1138406
Projet financé	385 166	138716	63804
% Projet financé	53	36	6

Sources : Etabli à partir des données des dispositifs concernés (données 2019)

2.3. Les structures locales d'animation et d'appui à la création d'entreprises

Deux types de structures existent, les Centres de facilitation (appelés aussi centres d'appui et de conseil aux PME) et Pépinières d'entreprises. La mise en place de ces structures est prévue au lendemain de la promulgation de la loi d'orientation sur la PME de 2001, mais les premières structures sont mises en place vers la fin de la décennie 2000. L'objectif de créer au moins 62 structure reste loin d'être atteint, étant seulement 42 structures sont créées jusque 2019. L'analyse des performances de ces structures conduit peu ou prou aux mêmes constats faits des dispositifs précédemment analysés.

Dans le cas des centres de facilitation, leurs performances sont limitées à contribuer, en moyenne à la création de seulement quelque 300 entreprises par an (tableau 3). Sur 9 ans d'activité (2011/2019), les 26 centres opérationnels ont contribué à la création de seulement quelques 3000 entreprises, soit en moyenne quelque 115 entreprises par centre ou 13 entreprises par centre par an. Ces performances représentent au mieux 30% du potentiel entrepreneurial exprimé par les porteurs de projet (au niveau de ces centres). En moyenne, ces performances en représentent seulement 12%. Ces faibles performances suggèrent le peu d'efficacité de ce dispositif dans la prise en charge, l'accompagnement et la valorisation du potentiel entrepreneurial. En effet, au mieux la moitié des porteurs de projets réussissent à accéder au service de l'accompagnement dont souvent seulement une minorité atteint le bout du processus de création d'entreprise.

Tableau 3. Performances des Centres de Facilitation.

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2018	2019
Projets accueillis	2721	4180	2063	2435	3158	2390	2817	1947
Projets accompagnés	742	2052	1132	1077	1550	1256	863	711
Entreprise créées	109	587	291	342	957	148	204	185
Accompagné/accueilli (%)	27	49	54	44	49	52	30	36
Créée/accompagné (%)	14	28	25	31	61	11	23	26
Créée/accueilli (%)	4	14	14	14	30	6	7	9

Source : établi à partir des données des bulletins d'information sur la PME

Pour le dispositif des pépinières d'entreprises, le manque de données rend difficile d'en évaluer l'efficacité. Mais le nombre d'entreprises créées dans le cadre de ces structures est d'environ 550, c'est-à-dire, en moyenne quelque 60 entreprises par an. En se référant à l'année 2019 (tableau 4), l'efficacité de ce dispositif dans la valorisation du potentiel entrepreneurial se situerait à quelque 13%, ce qui signifie que l'essentiel des porteurs de projets rentrent bredouille.

Tableau 4. Performances des Pépinières d'entreprises (2019)

Projet accueilli	Projet incubé	Projet hébergé	Entreprise créée	Créée/accueilli
467	152	85	61	13%

Source : établi à partir des données des bulletins d'information sur la PME

2.4. Les dispositifs de mise à niveau et de sous-traitance

En matière de la mise à niveau des PME, la stratégie de l'Etat a montré, ici également ses limites. Tous les programmes de mise à niveau, initiés depuis le début de la décennie 2000 sont clôturés avec de maigres résultats (tableau 5). Bien que les objectifs fixés en termes du nombre d'entreprise à mettre à niveau fussent limités, les performances réalisées n'en couvrent au mieux qu'à peine la moitié. Il faut souligner que, à l'exception du Programme MIPI (2011/2014), les entreprises bénéficiaires de ces programmes sont souvent des entreprises publiques (EPE) dont les choix obéissent plutôt à une logique administrative, dictée par la tutelle. Ces programmes intéressent, donc rarement les entreprises privées, ce qui suggère le manque d'efficacité de convaincre l'entreprise privée de l'intérêt présenté par ces programmes.

Tableau 5. Performances des programmes de mise à niveau

	Programme MIR (2002/2006)	Programme EDPME I (2002/2007)	Programme EDPME II (2008/2014)	Programme MIPI (2011/2014)
Bilan	122	445	235	7000
Objectif fixé	1000	2150	500	20 000
Objectif atteint (%)	12,2	34	47	35

Source : diverses sources.

En matière de promotion de la sous-traitance, l'efficacité de la stratégie de l'Etat est, ici également limitée puisque la part des entreprises actives dans la sous-traitance reste faible, avec seulement 10 % du tissu industriel (soit 900 entreprises)⁷. En fait, en Algérie, la sous-traitance industrielle est beaucoup moins développée, puisque la part des sous-traitants industriels représente moins 12 % de l'ensemble des sous-traitants. L'essentiel de la sous-traitance algérienne est centrée sur le BTPH avec 91 % des donneurs d'ordres et 88 % des sous-traitants⁸.

4. De la création au développement de l'entreprise ;des obstacles institutionnels

Créer son entreprise en Algérie nécessite, en moyenne 12 procédures administratives, 18 jours de délai d'attente, et un coût de plus de 11 % du revenu national par habitant. Si ces conditions sont moins contraignantes qu'il y a quelque temps (jusqu'en 2007, il fallait au moins 24 jours, 14 procédures et plus de 21 % de

⁷ A titre de comparaison, au Maroc et en Tunisie, la part des entreprises sous-traitées représente, respectivement 28 % et 20 % du tissu industriel.

⁸ Le bulletin du Programme d'Appui aux PME/PMI et à la Maîtrise des Technologies d'Information et de Communication (PME II), N° 4, Octobre 2012.

RN/H⁹), elles restent trop contraignantes comparées à celles dans de nombreux pays, en particulier dans les pays développés de l'OCDE (tableau 6). Ainsi, en dépit des annonces répétées de réforme des cadres administratif et réglementaire régissant la pratique des affaires, ceux-ci restent encore moins facilitateurs ; l'administration est encore lourde, la bureaucratie est forte et les coûts de préinvestissement sont élevés¹⁰.

Tableau 6. Conditions de création d'entreprise, Algérie/OCDE (2020)

Indicateur		Algérie	OCDE
Enregistrement	Procédure (nombre)	12	4,9
	Délai (jour)	18	9,2
	Coûts (%RN/H)	11,3	3
Raccordement à l'électricité	Procédure (nombre)	5	4,4
	Délai (jour)	84	74,8
	Coûts (%RN/H)	967	61

Source : établi à partir des données de *Doing Business*

Toutefois, les conditions de création d'entreprises sont moins contraignantes comparées aux conditions nécessaires au développement (croissance et compétitivité), et même à la survie de l'entreprise. En effet, les conditions institutionnelles actuelles sont hostiles au développement de l'entreprise. L'enquête réalisée par la banque Mondiale sur le climat des affaires en Algérie (2006) conclue que «créer son entreprise en Algérie n'est pas une tâche facile et il est beaucoup plus difficile de la faire croître et assurer sa survie»¹¹. Même si la date de l'enquête peut paraître ancienne, il n'en demeure pas moins que le constat reste d'actualité. Les données récentes montrent en effet que ces conditions institutionnelles restent encore non favorables à la croissance et à la survie de l'entreprise. La survie et la croissance de l'entreprise exigent que les conditions fiscales ne soient pas abusives, que l'accès au financement ne soit pas entravé, que les changements réglementaires ne perturbent pas le fonctionnement de l'entreprise, que la concurrence soit loyale et protégée de l'informel, de la contrefaçon, etc. Or, en Algérie, ces exigences prennent la forme plutôt de défis que l'entrepreneur doit relever.

En matière de financement, toutes les enquêtes réalisées auprès des entrepreneurs mettent en avant la contrainte de financement, en particulier pour les petites entreprises [Banque mondiale, 2007, ONS, 2011, Berreziga et Meziane, 2013, Si Lekhal, 2013, rapport sur la compétitivité mondiale, 2015]. Si les dispositifs publics d'aide à la création d'entreprises permettent d'atténuer relativement cette contrainte pour la création, ils le font moins pour la croissance et le développement¹². Le marché de crédits, dominé par les banques publiques reste

⁹Rapport de Doing Business de 2007

¹⁰Paradoxalement, l'enquête réalisée par l'ONS (recensement de 2011) fait ressortir près de la moitié (45,1%) des chefs d'entreprises qui estiment que les délais de création d'entreprises ne sont pas longs et que le dossier nécessaire n'est pas complexe (41,8%).

¹¹Cité dans le rapport de GEM (Algérie) de 2011

¹²Nous avons déjà rappelé, plus haut à quel point la part des crédits destinés à la croissance, dans le cadre de ces dispositifs est faible.

peu développé et n'assure pas une offre suffisamment diversifiée pour couvrir tous les besoins exprimés par les PME ou adaptée aux spécificités de celles-ci (capital-risque, capital-amorçage, capital-développement, etc.). Les banques publiques (partenaires des programmes d'appuis aux PME), restent frileuses et très réticentes dans l'octroi de crédits aux PME, témoignant d'une culture, léguée par les pratiques de gestion centralisée dominée par la méfiance envers l'entreprise privée [Haudeville et Younes-Bouacida, 2006, Si Lekhal, 2013]. Même si le financement n'est pas en soi une problématique (les banques algériennes sont souvent en surliquidité), les pratiques des banques rendent difficile d'y accéder. Les taux d'intérêt des prêts sont élevés, avec 8 % en moyenne¹³, les garanties exigées sont souvent difficiles à satisfaire par les PME, les procédures administratives requises sont nombreuses, les délais d'attente sont longs, les services financiers sont peu disponibles et souvent inabordables¹⁴, etc. Ces pratiques justifient le classement de l'Algérie au 181^e rang de l'indice *Doing Business* (2020) concernant les conditions d'obtention des prêts. Elles justifient aussi le faible recours des entrepreneurs algériens au financement bancaire si l'on tient compte des résultats de l'enquête de l'ONS (2011) où seulement 4% des entrepreneurs font des emprunts bancaires la principale source de financement.

En l'absence d'un marché financier développé (135^e rang/140 pays selon le Rapport sur la compétitivité mondiale 2015) et d'un marché bancaire concurrentiel, les banques publiques continuent d'imposer leurs règles de jeu du financement. Les 6 banques publiques représentent encore l'essentiel de l'activité bancaire avec près de 90% des crédits et des dépôts de l'économie [banque d'Algérie, 2015]. Ces banques continuent de prioriser le secteur public pour leur financement si bien que près de deux tiers des crédits accordés y est encore destinée. La part du privé dans le financement bancaire semble évoluer à la baisse, puisqu'en 1998, elle s'élevait à 81%. Les données de la Banque mondiale montrent qu'en pourcentage de PIB, les crédits accordés au privé depuis le début de la transition économique sont (paradoxalement) plus faibles qu'au cours de la période socialiste de l'Algérie.

En matière des conditions fiscales, l'indice de *Doing Business* laisse comprendre que les conditions algériennes sont des plus abusives au monde dans la mesure que l'Algérie devance seulement 9 pays. En effet, l'investisseur est tenu de s'acquitter de beaucoup d'impôts et de taxes, de verser trop de son bénéfice et de courir longtemps pour se libérer de cette obligation (Tableau 7). Au bout du compte, son investissement se trouve taxé au-delà du coût marginal de son implantation [Ghezali, 2015]. C'est pourquoi, dans l'enquête de l'ONS (2011), la fiscalité est l'un des obstacles qui font le plus d'unanimité des entrepreneurs algériens ; plus de deux tiers de ceux-ci (70,1%) jugent en effet que la fiscalité constitue un handicap pour la survie ou le développement de leur entreprise. Il semble que les avantages fiscaux que promet la loi sont davantage un leurre,

¹³A titre de comparaison, dans les pays de l'OCDE, les taux de prêts sont en moyenne bien inférieurs à celui de l'Algérie, tout en affichant une baisse constante (à titre d'exemple, il était en 2016 de 3,5% aux USA et en Italie, 1% au Japon, 2,7 au Canada) (banque mondiale). En ce qui concerne le taux d'intérêt réel, l'Algérie se caractérise par une forte instabilité (contrairement aux pays de l'OCDE) : 21% en 2009, -6% en 2009, 15,5% en 2015.

¹⁴L'Algérie est classée au 133^e et 134^e rang/140, respectivement pour la disponibilité et l'accessibilité aux services financiers dans le rapport de la compétitivité mondiale de 2015.

sachant que les résultats de l'enquête de l'ONS (2011) font apparaître seulement 4,2% des entreprises ayant pu bénéficier d'exonérations fiscales.

Tableau 7. Conditions fiscales, Algérie/OCDE (2020)

	Algérie	MOAN	OCDE
Paielements (nombre par année)	27	16,5	10,3
Délai (heures par année)	265	202,6	158,8
Total à payer (% du bénéfice)	61,1	32,5	39,9
Impôt sur les bénéfices (%)	8,3	12,8	15,6
Taux d'imposition et cotisations du travail (% des bénéfices)	30,6	16	23
Autres taxes (% des bénéfices)	26,7	3,3	2

Source : Doing Business, 2016

Ces conditions (abusives) expliquent pourquoi l'informel est si développé en Algérie. Elles expliquent aussi pourquoi la lutte engagée par l'Etat contre ce phénomène peine à aboutir, car pour l'entreprise de petite taille, l'informel est une nécessité et une stratégie de survie [Benabdellah, 2009, Bellache, 2010]. Toutefois, la persistance et la généralisation de ce phénomène et d'autres comportements illégaux (comme la contrefaçon) ne manquent pas de poser des problèmes à la croissance, voire même à la survie de l'entreprise qui se comporte légalement¹⁵. En faussant le jeu de la concurrence, ces pratiques désavantagent l'entreprise formelle. Dans toutes les enquêtes, les entrepreneurs (formels) s'accordent à présenter ces pratiques comme une menace sérieuse pour la survie et la croissance de leurs entreprises. En échappant à l'acquittement des obligations fiscales, l'informel peut facilement concurrencer les entreprises qui agissent au formel en proposant des offres plus intéressantes en termes de prix. De même, la contrefaçon pénalise les activités formelles dans la mesure où les produits contrefaits sont, eux aussi moins chers et, par conséquent concurrencent facilement la production formelle. En dépit de leur caractère illégal¹⁶ celles-ci représentent encore une part importante du marché [ECOTECHNICS, 2008, Perret et Gharbi, 2008, Bellache, 2010, Bounoua et al, 2010]. De véritables marchés informels permanents sont visibles un peu partout (800 sites étaient recensés sur le territoire algérien en 2005) et des produits de contrefaçon se vendent dans des boutiques tout à fait légales [Perret et Gharbi, 2008]. L'Etat et ses institutions semblent incapables de réagir, laissant l'entreprise formelle livrée à elle-même. Les performances de l'Algérie dans les indices internationaux en matière de la qualité institutionnelle, en attestent, le pays est classé 106^{ème}/128 dans l'indice international de droit de propriété en ce qui concerne la « force de la loi » et au 41^{ème}/54 dans l'indice Ibrahim sur la gouvernance en Afrique en ce qui concerne l'Etat de droit (mesurant l'état de l'égalité des chances). Le jeu de la concurrence est également faussé par les pratiques de corruption, qui en dépit d'une loi (de 2006) prévenant et luttant contre la corruption, demeurent un phénomène de grande ampleur. C'est pourquoi,

¹⁵Pour l'entreprise informelle elle-même, si l'informel lui permet d'assurer la survie il en bloque par ailleurs la croissance et le développement, car il la condamne de rester invisible.

¹⁶Art 43 de la constitution de 2016, Loi n° 04-02 de 2004, modifiée et complétée par la loi 10-01 de 2010 relative aux pratiques commerciales

l'indice international de la transparence classe l'Algérie dans des rangs reculés (108^{ème} rang/176 pays en 2016, avec un score ne dépassant pas 36/100 points au cours des dernières années). En plus de fausser le jeu de la concurrence (loyale), la corruption fausse également les règles de l'égalité des chances dans l'accès des entreprises aux différentes ressources. Même si elle y facilite l'accès pour certaines, la corruption génère des coûts de transaction, ce qui affecte les conditions de croissance et de compétitivité de l'entreprise. D'autres conditions, non moins contraignantes rendent difficile la croissance et la pérennité de l'entreprise en Algérie comme le difficile accès au foncier et le manque d'information et d'accompagnement [Khodja, 2007, Berrezigaet.Meziane, 2013].

Conclusion

Si l'effort de l'État en matière de promotion de la PME et de l'entrepreneuriat est orienté, essentiellement sur des objectifs quantitatifs de densification du tissu des PME, force est de constater une efficacité limitée de cet effort. En effet, bien que le tissu des PME ait significativement proliféré, ce tissu reste encore peu dense et le rythme de son accroissement reste faible. C'est ce qu'atteste l'écart important qui sépare l'Algérie des normes internationale en la matière. Les différents dispositifs d'appui et les différentes mesures d'encouragement à la PME et à l'entrepreneuriat nécessitent une révision dans le sens d'améliorer leur efficacité dans la prise en charge des attentes des porteurs de projets. En fait, la promotion de la PME et de l'entrepreneuriat suppose avant tout l'amélioration de tout l'environnement institutionnel régissant la pratique des affaires. Elle suppose donc l'allègement de la pression fiscale, la réduction des coûts de pré-investissement, la facilitation de l'accès au financement, la simplification de la démarche et des procédures administratives, etc.

Références bibliographiques

- Banque mondiale (2006), « Evaluation du climat de l'investissement en Algérie : Améliorer l'environnement de l'entreprise Algérienne pour une croissance soutenue et créatrice d'emplois » ; N°70047
- Bellache Youghourta (2010), « L'économie informelle en Algérie, une approche par enquête auprès des ménages- le cas de Bejaia » ; Thèse de doctorat en sciences économique, université de Bejaia ;
- Benabdallah Youcef (2009), « Rente et désindustrialisation ». Confluences Méditerranée, N°71, p. 85-100.
- Berreziga Amina et Meziane Amina (2013) « la culture entrepreneuriale chez les entrepreneurs algériens ». Colloque National: Les Stratégies d'Organisation et d'Accompagnement des PME en Algérie, Université Kasdi Merbah Ouargla;
- Bounoua Chaib Sebbah Fatima et Benikhlef Zahra (2010), « L'économie informelle en Algérie : analyse de l'évolution du phénomène et évaluation macroéconomique (1990-2009) ». Les cahiers du CREAD N°110, p 35-51;
- ECOTECHNICS (2008) « Ouverture de l'économie nationale, secteur de la distribution, secteur informel : trois études pour le FCE » (Forum des Chefs d'Entreprises);
- Ghezali Karima (2015), « Autonomie fiscale et le développement régional en Algérie ». Revue Algérienne de la mondialisation et des politiques économiques, N°06, p63-93;
- Global Innovation Index, 2015 ;
- Haudeville Bernard et Younes-Bouacida Rédha (2006), « Les relations entre activités technologiques, innovation et croissance dans les PME algériennes : une étude empirique basée sur un échantillon d'entreprises » ; ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/cgm/wpaper/DR_50_0607_haudeville.pdf
- Khodja Saci (2007), « Les investisseurs algériens : de la rupture avec l'aide de l'Etat au retour à la famille et la région ; méfiance exagérée ou prudence justifiée ». Revue algérienne de Management de l'Inped N° 02 ;
- ONS (2012), Premier Recensement Economique- 2011 ; Résultats Préliminaires de la première phase ». Collections Statistiques N° 168;
- Perret Cécile et Gharbi Nadjoua (2008), « La contrefaçon en Algérie : risques et prise en compte par les entreprises, une application aux produits cosmétiques ». Cahiers du CREAD N°85-86, p59-80;
- SI Lekhal Karim (2013), « La difficulté de financer les PME dans un contexte de forte asymétrie d'information : cas des PME algériennes ». مجلة أداء المؤسسات الجزائرية – العدد N° 3, p15-28 ;
- World Economic Forum (2014), Executive Opinion Survey, 2014 and 2015;
- World Economic Forum (2015), The global competitiveness report 2015/2016