

L'entrepreneuriat en Algérie

2011

Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

Données de l'enquête GEM 2011

Abderrahmane ABEDOU

Ahmed BOUYACOUB

Hamid KHERBACHI



Réalisé par

giz

Deutsche Gesellschaft
für Internationale
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH



L'entrepreneuriat en Algérie

2011

Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

Données de l'enquête GEM 2011

Abderrahmane ABEDOU
Ahmed BOUYACOUB
Hamid KHERBACHI

EDITEUR

Coopération allemande au développement
Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH
Dr. Siegmund Müller, Directeur Résident
Bureau de la GIZ en Algérie
Tél. : +213 21 92 09 88
Fax : +213 21 92 09 90
Web : www.giz.de
Email: giz-algerie@giz.de

Programme Développement Economique Durable (DEVED)
Mme Marita Riedel, Directrice
B.P : 404 - 16030 El Biar - Alger - Algérie
Tél : +213 21 92 10 57 / +213 21 92 51 61
+213 21 92 39 06
Fax : +213 21 92 05 54
Web : www.deved.info
www.ecoverte.deved.info
www.entrepreneuriatdurablealgerie.com
Email: contact@deved.info

Centre de Recherche en Economie Appliquée pour le Développement (CREAD)
M. Mohamed Yassine Ferfera, Directeur
BP. 197 - Rostomia, Bouzaréah, Alger - Algérie
Tél : +213 21 94 11 74
Fax : +213 21 94 17 16
Web : www.cread-dz.org

Réalisation
Abderrahmane Abedou
Ahmed Bouyacoub
Hamid Kherbachi

Coordination
Mme Nadja Nutz, GIZ Algérie

Révision et conception graphique
M. Idriss Loubar, Consultant GIZ Algérie

Edition : Janvier 2013

PREFACE

La promotion de l'entrepreneuriat durable est un axe politique clé en Algérie. Ensemble avec le Ministère de l'Industrie, de la PME et de la Promotion de l'Investissement (MIPMEPI), le Programme Développement Economique Durable (DEVED) de la Coopération Allemande au Développement (GIZ) en Algérie a mené plusieurs actions afin de renforcer les structures d'appui à l'entrepreneuriat et de promouvoir l'esprit entrepreneurial parmi les jeunes étudiants et porteurs de projet.

En 2011, un partenariat entre le Centre de Recherche en Economie Appliquée pour le Développement (CREAD) et le Programme DEVED de la GIZ a été initié afin de lancer l'enquête «Global Entrepreneurship Monitor (GEM)» en Algérie. Le GEM est une initiative de recherche menée dans plus de 75 pays à travers le monde, permettant de mesurer le rôle et le niveau du développement de l'entrepreneuriat.

L'enquête GEM vise trois objectifs principaux :

- mesurer les écarts entre les activités entrepreneuriales dans différentes régions et pays ;
- mettre en relief les facteurs qui déterminent le niveau des activités entrepreneuriales ;
- identifier des mesures politiques éventuelles susceptibles de renforcer les activités entrepreneuriales.

Avec sa méthodologie standard, le GEM permet une meilleure compréhension des facteurs qui influencent le niveau d'activité entrepreneuriale en Algérie, et aussi de comparer les niveaux de performance des différentes régions algériennes. Par ailleurs, la méthodologie de GEM permet d'analyser le niveau d'entrepreneuriat de différents groupes ciblés, comme par exemple les jeunes ou les femmes.

En 2011, l'Algérie a participé pour la deuxième fois au projet GEM. Une participation dans le cadre du partenariat entre le CREAD et le Programme DEVED est également prévue pour l'année 2012. La participation annuelle au projet permet d'établir pour l'Algérie un système fiable pour surveiller les tendances de performance entrepreneurial.

Ce rapport s'adresse non seulement aux responsables politiques et des institutions en charge de l'appui et de la promotion de l'entrepreneuriat, mais également aux chercheurs et universitaires concernés par le thème de l'entrepreneuriat en Algérie.

Marita Riedel
Directrice du Programme
Développement Economique Durable
DEVED

Ammouri Brahiti
Directeur Général de la PME,
Ministère de l'Industrie, de la PME
et de la Promotion de l'Investissement

PREFACE

Nous sommes très heureux de préfacier cet ouvrage réalisé par une équipe du CREAD à partir d'une recherche menée dans le cadre d'un partenariat international avec le Programme DEVED de la GIZ en Algérie et le projet GEM (Global Entrepreneurship Monitor) qui rassemble un grand nombre de pays. Ce partenariat a permis la conduite d'une large enquête, selon des normes internationales, et la constitution d'une base de données formidable sur le fait entrepreneurial. Les conclusions tirées de cette enquête viennent renforcer les recherches menées par le CREAD sur les petites et moyennes entreprises (PME) et sur l'entrepreneuriat qui constituent dorénavant l'un des axes principaux de la recherche scientifique en Algérie.

Il y a un peu plus d'une décennie, la même équipe formulait, à partir de ses premiers travaux de recherches sur les PME et l'entrepreneuriat, l'idée que cette thématique constituait un objet de recherche pertinent. Ainsi, de nombreux travaux ont été menés, dans ce domaine, sous l'angle sectoriel, territorial, et du point de vue de certaines variables de fonctionnement et de comportement des PME et des entrepreneurs. Mais une enquête de cette dimension, menée pour la deuxième fois en Algérie, en 2011, portant sur un grand nombre de variables et un grand nombre de wilayas (régions) constitue un apport très important à la base de données existante sur l'activité entrepreneuriale. De plus, ce travail est d'autant plus important qu'il s'inscrit dans une démarche scientifique comparative que le CREAD encourage et développe, à l'instar de ce qui se fait dans les centres de recherches internationaux, dans ce domaine.

Ainsi, les résultats de l'enquête 2011 peuvent être confrontés à ceux de 2009 et les données sur le fait entrepreneurial des jeunes en Algérie peuvent être mieux analysées à la lumière du même type de données portant sur un grand nombre de pays notamment méditerranéens. Par ailleurs, les résultats de cette enquête permettent d'identifier une série de caractéristiques sur le fait entrepreneurial des jeunes et l'emploi qui constituent les deux principales préoccupations des politiques économiques et sociales depuis de nombreuses années en Algérie.

De ce point de vue, les résultats obtenus peuvent être d'une grande utilité pour les institutions qui cherchent des solutions aux problèmes posés par l'emploi des jeunes et le renforcement du fait entrepreneurial. La publication d'une synthèse des résultats de cette étude s'inscrit enfin dans le souci de mettre les données à la disposition d'un large public comme les chercheurs et étudiants en sciences sociales et humaines mais aussi les managers et les cadres d'entreprises et d'institutions et différents autres utilisateurs.

M. Mohamed Yassine Ferfera

Directeur du Centre de Recherche en Economie
Appliquée pour le Développement
CREAD

Auteurs

Abderrahmane ABEDOU

Abderrahmane Abedou est chef de projet. Il est directeur de recherche auprès du Centre de Recherche en Economie Appliquée pour le Développement (CREAD) et dirige une équipe de recherche sur l'entrepreneuriat et gouvernance des PME. Ses intérêts de recherche portent sur l'entrepreneuriat, la gestion des petites et moyennes entreprises et le développement local.

Ahmed BOUYACOUB

Ahmed Bouyacoub est professeur d'économie à l'université d'Oran et directeur de recherche associé du Centre de Recherche en Economie Appliquée pour le Développement (CREAD). Il dirige à l'université d'Oran un laboratoire de recherche en économie et gestion des entreprises (LAREGE). Ses intérêts scientifiques portent sur l'entrepreneuriat et la gestion des entreprises.

Hamid KHERBACHI

Hamid Kherbachi est professeur d'économétrie à l'université de Bejaia et directeur de recherche associé du Centre de Recherche en Economie Appliquée pour le Développement (CREAD). Il dirige à l'université de Béjaia une équipe de recherche sur la modélisation micro-macro de l'économie au sein du laboratoire de recherche économie et développement. Ses intérêts scientifiques portent sur l'économie du développement, l'entrepreneuriat et la gestion des PME.

À propos du projet de recherche GEM

Le Global Entrepreneurship Monitor-GEM (Moniteur de l'entrepreneuriat mondial) est une initiative de recherche impliquant des centaines de chercheurs dans plus de 75 pays à travers le monde. Lancé conjointement dans les années 1990, par la London Business School (Angleterre) et le Babson College (Etats-Unis), le projet GEM cherche à comprendre l'entrepreneuriat et sa dynamique. Le rapport global du GEM fournit des analyses du niveau d'activité entrepreneuriale et des indicateurs connexes dans une variété d'économies développées et en développement, ceci ayant pour objectif de faire progresser la base de connaissances sur ce domaine important de l'enquête, et d'identifier les politiques pouvant aider les gouvernements et les acteurs du développement économique à renforcer le rôle de l'entrepreneuriat dans la création d'emplois et la promotion de l'innovation et la croissance.

La méthode GEM est un outil de mesure de l'activité entrepreneuriale qui se base sur une enquête auprès de la population d'un pays visant à établir le nombre de personnes qui sont engagées dans un processus de création d'une entreprise et dont l'action est incluse dans l'activité entrepreneuriale même s'ils n'ont pas encore créé une entreprise.

Acronymes

ABFF	Accumulation brute des fonds fixes
ADS	Agence de développement sociale
ANDI	Agence nationale de développement de l'investissement
ANGEM	Agence nationale de gestion du micro crédit
ANSEJ	Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes
BMZ	Ministère fédéral de la Coopération économique et du Développement
CCE	Conditions cadres de l'entrepreneuriat
CNAC	Caisse nationale d'allocation chômage
CNRC	Centre national du registre du commerce
CREAD	Centre de recherche en économie appliquée pour le développement
EURL	Entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
GIZ	Coopération allemande au développement
HA	Hors Agriculture
HH	Hors Hydrocarbures
MENA	Moyen-Orient et Afrique du Nord
MIPMEPI	Ministère de l'Industrie, de la PME et de la Promotion de l'Investissement
ONS	Office national des statistiques
PIB	Produit intérieur brut
PSCE	Plan de soutien à la croissance économique
SARL	Société à responsabilité limitée
SNC	Société au nom collectif
SPA	Société par actions
TEA	Taux d'activité entrepreneuriale

Sommaire

Préfaces	5
Acronymes	8
Liste des figures	11
Liste des graphiques	11
Liste des tableaux	12
Synthèse	15
Introduction	19
Chapitre I : Dynamique entrepreneuriale en Algérie, données macro	20
Importance et évolution des PME	20
Quelques définitions de la PME	20
Evolution générale du nombre des PME	22
Evolution du nombre de PME et évolution du PIB hors hydrocarbures et hors agriculture (PIB H.H et H.A)	23
Les PME en 2010	24
La diminution des PME du secteur public	25
Importance de l'emploi	25
PME et emploi global	26
La diversité des secteurs d'activité	26
L'évolution des PME par branches d'activité économique en cinq ans	29
La diversité des formes juridiques	31
La taille des PME	32
La dynamique des PME	32
La distribution des PME par wilaya	32
Le degré de concentration des PME par territoire	33
La concentration selon la population	34
Les nouvelles créations	36
Les radiations	37
Les réactivations	38
Chapitre II : Le modèle conceptuel de GEM	39
L'enquête auprès de la population adulte	43
Cadre d'échantillonnage	43
Taille de l'échantillon	44
Composition de l'échantillon	44
Résultats de l'enquête GEM	50
Comparaison internationale de l'activité entrepreneuriale	50
L'importance de l'entrepreneuriat dans le développement économique	54
Enquête GEM 2011, nature de l'activité entrepreneuriale	55
Caractéristiques de l'entrepreneuriat (entrepreneuriat de nécessité ou d'opportunité)	55
Un entrepreneuriat de nécessité ou d'opportunité une comparaison internationale	55

Chapitre III : Résultats du modèle GEM pour l'Algérie	59
TEA corrélé aux indicateurs macro socioéconomiques du développement	59
TEA données du terrain (les données d'enquête)	67
TEA nécessité ou d'opportunité	77
Les motivations des entrepreneurs	80
Développement de l'activité entrepreneuriale	83
Le statut professionnel et l'activité entrepreneuriale en Algérie – 2009-2011 ...	85
L'impact sur l'emploi	87
Les indicateurs de croissance des entreprises	89
L'accompagnement des créateurs d'entreprise	93
La sollicitation du conseil pour la création	93
Les sources de financement de la création d'entreprise (enquête GEM 2009/2011)	94
La dynamique économique du marché entrepreneurial en Algérie (enquête GEM 2009/2011)	105
Le contexte culturel et individuel de l'activité entrepreneuriale en Algérie	107
Conclusion	113

Liste des figures

Fig. 1 : Le modèle GEM conceptuel	40
Fig. 2 : The entrepreneurship process and GEM operational definitions	42
Fig. 3 : Répartition de la population enquêtée selon les régions	44
Fig. 4 : Répartition des PME selon les régions d'enquête	48
Fig. 5 : Activité entrepreneuriale dans les 54 pays du GEM 2011, par phases économiques de développement avec un intervalle de confiance de 95%	51
Fig. 6 : TEA et per capita GDP 2011	54
Fig. 7 : TEA-2011 selon les groupes d'âge	69
Fig. 8 : Revenu du ménage de l'entrepreneur impliqué dans le processus entrepreneurial (TEA)	71
Fig. 9 : Evolution du ratio de transition entrepreneuriat émergent vers l'entrepreneuriat établi 2009-2011	77
Fig. 10 : Ratio entrepreneuriat d'opportunité sur entrepreneuriat de nécessité	78
Fig. 11 : Entrepreneuriat d'opportunité/nécessité selon l'âge	79
Fig. 12 : Rapport opportunité/nécessité selon le Genre	79
Fig. 13 : TEA opportunité/nécessité selon le niveau d'éducation	80
Fig. 14 : Les raisons pour devenir entrepreneur	80
Fig. 15 : Les raisons pour devenir entrepreneur, selon le Genre	81
Fig. 16 : Taux d'activité entrepreneuriale (TEA 2011) par secteur d'activité	82
Fig. 17 : Les étapes de l'entrepreneuriat : TEA (Entrepreneuriat émergent "nascent" entrepreneuriat nouveau "baby" par secteur d'activité)	82
Fig. 18 : TEA 2011 et emplois créés	83
Fig. 19 : TEA 2011 projet de croissance de l'emploi dans les 5 prochaines années	84
Fig. 20 : TEA 2011 et projet de croissance de l'emploi	85
Fig. 21 : Perception des entrepreneurs en matière de croissance de l'emploi (2009/2011)	89

Liste des graphiques

Graphique 1 : TEA par région selon un ordre décroissant	60
Graphique 2 : TEA et taux d'entrepreneuriat par ordre décroissant	61
Graphique 3 : TEA et taux d'accroissement de la population	62
Graphique 4 : TEA et taux d'alphabétisation de la population	63
Graphique 5 : TEA et taux de scolarisation	63
Graphique 6 : TEA et taux d'instruction secondaire	64
Graphique 7 : TEA et taux d'instruction supérieure	65
Graphique 8 : TEA et taux d'activité	66

Liste des tableaux

Tableau 1 : Répartition des PME exerçant comme personnes physiques en 2010	21
Tableau 2 : Types de commerçants inscrits au CNRC	22
Tableau 3 : Evolution du nombre de PME	22
Tableau 4 : Evolution du nombre de commerçants	23
Tableau 5 : Evolution du nombre de PME et du PIB	23
Tableau 6 : Répartition des PME en 2010	24
Tableau 7 : Répartition des types de PME	25
Tableau 8 : PME publiques en 2010	25
Tableau 9 : Evolution de l'emploi (2009-2010)	26
Tableau 10 : Importance de l'emploi des PME dans l'emploi global hors agriculture	26
Tableau 11 : Evolution des PME par secteur	27
Tableau 12 : Répartition des PME par branche en 2010	28
Tableau 13 : Répartition des PME par branche - 2006 et 2010	30
Tableau 14 : Répartition des PME par forme juridique en 2010	31
Tableau 15 : Structure des effectifs de PME par taille en %	32
Tableau 16 : Distribution des PME par wilaya (plus de 10.000 PME)	32
Tableau 17 : Distribution des PME par wilaya (moins de 3.000 PME)	33
Tableau 18 : Répartition des PME par groupe de wilayas	34
Tableau 19 : Répartition des PME et de la population en %	35
Tableau 20 : Nombre de PME pour 1.000 habitants selon les wilayas par ordre décroissant	36
Tableau 21 : Echantillon prévu/échantillon réalisé	45
Tableau 22 : Echantillon par commune	46
Tableau 23 : Densité des PME selon les wilayas d'enquête	48
Tableau 24 : Activité entrepreneuriale dans les 54 pays du GEM, par phase de développement économique	52
Tableau 25 : Activité entrepreneuriale dans les 4 pays de la région MENA et Asie qui ont participé au projet du GEM, par phase de développement économique	53
Tableau 26 : Activité entrepreneuriale dans les 07 pays de la région Méditerranéenne qui ont participé au projet GEM, par phase de développement économique	53
Tableau 27 : Les motivations de l'activité entrepreneuriale (Ratio de transition opportunité/nécessité) dans les 54 pays du GEM, par phase de développement	56
Tableau 28 : Ratio de transition opportunité / nécessité dans les 4 pays de la région MENA et Asie qui ont participé au projet du GEM, par phase de développement économique	58
Tableau 29 : Ratio de transition opportunité / nécessité dans les 07 pays de la région méditerranéenne qui ont participé au projet GEM, par phase de développement économique	58

Tableau 30 : TEA par région selon un ordre décroissant	60
Tableau 31 : Répartition du TEA selon le genre	67
Tableau 32 : Répartition du TEA selon les phases de développement	68
Tableau 33 : Répartition du TEA selon les groupes d'âge et les phases de développement	69
Tableau 34 : Niveau d'éducation des entrepreneurs (TEA-2011)	70
Tableau 35 : TEA selon les wilayas (régions)	72
Tableau 36 : TEA selon le type d'entreprise	73
Tableau 37 : Indice de discontinuité entrepreneurial	74
Tableau 38 : Ratio de transition de l'entrepreneuriat émergent vers l'entrepreneuriat établi selon les régions (wilaya) en Algérie	76
Tableau 39 : TEA opportunité/nécessité selon les wilayas	77
Tableau 40 : Taux de TEA selon le statut professionnel des entrepreneurs en phase de démarrage	86
Tableau 41 : Taux de TEA selon les stades de développement de l'entreprise	87
Tableau 42 : Taux de TEA selon les stades de développement de l'entreprise (2009/2011)	88
Tableau 43 : Répartition actuelle et attendue de l'emploi dans les entreprises précoces (TEA - GEM 2009 - 2011)	89
Tableau 44 : Répartition actuelle et attendue de l'emploi dans les entreprises précoces (TEA - GEM 2011)	89
Tableau 45 : Les indicateurs de croissance des entreprises	91
Tableau 46 : Indices du potentiel de croissance	93
Tableau 47 : Sources de conseils sollicités par les entrepreneurs en phase de démarrage	94
Tableau 48 : Dispositif d'assurance chômage jusqu'au 31/12/2006	96
Tableau 49 : Evolution des projets et des emplois créés au niveau d'Alger	96
Tableau 50 : Evolution des prêts accordés par l'ANGEM au niveau national	97
Tableau 51 : Evolution des emplois créés par l'ANGEM au niveau national	97
Tableau 52 : Répartition des crédits (montage financier)	98
Tableau 53 : Le financement mixte	98
Tableau 54 : Evolution des entreprises créées et des emplois prévus par l'ANSEJ au niveau national	98
Tableau 55 : Répartition des attestations d'éligibilité par secteur d'activité	99
Tableau 56 : Répartition du nombre de projets, emplois et montant de l'investissement	100
Tableau 57 : Evolution des activités du secteur de l'artisanat entre 2008 et 2011	101
Tableau 58 : Evolution de la création d'emploi du secteur de l'artisanat entre 2008 et 2011	101
Tableau 59 : Nombre de personnes participant à un projet de création d'entreprises, GEM 2011	102
Tableau 60 : Propriété de l'entreprise dans le projet de création d'entreprises, GEM 2011	102

Tableau 61 : Nombre de personnes participant à un projet de création d'entreprises, GEM 2009	103
Tableau 62 : Propriété de l'entreprise dans le projet de création d'entreprises, GEM 2009	103
Tableau 63 : Liens avec les personnes financées pour un projet d'affaires, GEM 2011	104
Tableau 64 : Liens avec les personnes financées pour un projet d'affaires, GEM 2009	105
Tableau 65 : Raisons de cessation d'activités, Enquête GEM 2009	106
Tableau 66 : Raisons de la cessation d'activités, GEM 2011	106
Tableau 67 : Fermeture, reprise d'entreprises, Enquête GEM 2011 Sortie/Retour	107
Tableau 68 : Attitudes et perception de l'activité entrepreneuriale en Algérie	107
Tableau 69 : Indice climat entrepreneurial selon les régions	108
Tableau 70 : Attitude et perception de l'activité entrepreneuriale, selon le genre	109
Tableau 71 : Attitude et perception de l'activité entrepreneuriale, selon les régions	110
Tableau 72 : Indice climat entrepreneurial selon les régions - enquête GEM 2011	111
Tableau 73 : Attitude et perception de l'activité entrepreneuriale, selon les régions	112

Synthèse

Les entrepreneurs, acteurs du développement de la nouvelle économie libérale et les porteurs du nouveau modèle d'affaires en Algérie, ont acquis une place prépondérante dans la structure économique du pays et sont présentés comme les acteurs du développement. Aussi, si la contribution de ces acteurs au développement de l'économie n'est plus à démontrer, il sera important de focaliser l'analyse, à la fin de cette enquête de terrain, sur les éléments clés qui les singularisent aussi bien sur le plan de la nature et de la forme des entreprises créées, que dans les secteurs économiques où ils sont le plus enracinés, leur profil sociologique, leur comportement, leur perception de l'environnement, etc. Pour toutes ces questions, nous allons tenter d'apporter quelques éléments de réponse tout au long de cette synthèse.

Les PME, comme acteur économique particulier, semblent se développer de la même manière que tous les autres agents économiques, ayant qualité de commerçant. Elles représentent environ $\frac{1}{4}$ du total des agents économiques. Le profil de très petite entreprise (TPE) étant prédominant, la taille moyenne d'une PME est de 1,62 emploi. Néanmoins, il est signalé une croissance de l'emploi de 5,5% durant l'année 2010.

Malgré une politique d'encouragement à l'investissement dans le secteur industriel, menée depuis plusieurs années par les pouvoirs publics, les PME sont créées principalement dans le secteur des services. Par grands groupes de secteurs d'activité, les PME se concentrent dans les secteurs des services et commerce (46,75%) et le secteur des bâtiments et travaux publics (BTP) avec 35,14%. En d'autres termes, les trois grandes catégories d'entreprises qui ont connu la plus forte croissance est celle des services fournis aux entreprises, celle des BTP et celle des branches industrielles liées à la construction. Leur point commun est d'être toutes tirées par les programmes d'investissements massifs dans les domaines des BTP, mis en œuvre depuis 2002.

Bien que nous constatons une certaine diversité des formes juridiques des PME, deux formes semblent être prédominantes : la SARL (Société à responsabilité limitée) et l'EURL (Entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée) représentent, respectivement, 50% et 33,2% du total des PME. La SPA (Société par actions), forme juridique la plus évoluée, reste très peu représentée au sein de la population des PME qui demeure fondamentalement sous le statut d'entreprise familiale, peu ouverte au capital extérieur, et semble constituer un véritable obstacle à la croissance des PME et aux possibilités de partenariat avec les entreprises étrangères.

Concernant la répartition des PME, selon le critère territoire, les données montrent une forte concentration du tissu économique entre les principales wilayas du centre du pays et quelques grandes wilayas de l'est et l'ouest du pays. Deux wilayas, Alger et Tizi Ouzou, regroupent 17,5% des PME du pays et 7 wilayas abritent 27,4% des PME. En revanche, la répartition des PME du point de vue de la répartition de la population montre une inversion de la concentration constatée plus haut. En effet, 18,7% des wilayas abritant plus de 10.000 PME chacune, représentent 33,1% de la population et

45% des PME. A l'inverse, les 66,7% de wilayas abritant chacune entre 3 et 10.000 PME, représentent 63,3% de la population et 51,5% des PME. S'il y a une distribution inégalitaire des PME, il n'y a pas, par contre, une très forte concentration de PME du point de vue de la distribution de la population. Ainsi, plusieurs wilayas sortent du lot du point de vue du taux d'entrepreneuriat. Les trois premières wilayas qui se classent en tête sont celles du sud du pays, dont on parle rarement en matière d'entrepreneuriat (Tindouf, Illizi et Béchar). Les wilayas du nord occupant les premières places sont Tispasa (3^e) et Boumerdes (5^e), voisines d'Alger, qui est classée 11^e. Ghardaïa, une wilaya connue pour son dynamisme économique, se classe 6^e. Par contre, Tlemcen, wilaya réputée dynamique, se classe 39^e sur 48 wilaya.

Au plan des résultats de terrain, les données GEM pour l'Algérie révèlent un ratio de transition TEA opportunité par rapport au TEA nécessité de 1,24 en faveur de l'opportunité. Cette donnée indique que la part des entreprises créées est le fait d'entrepreneurs opportunistes ayant détecté des opportunités sur le marché. D'une manière générale et, selon les principes théoriques, les entrepreneurs qui créent leurs entreprises selon une logique d'opportunité auront plus de chance de traverser les trois phases du processus entrepreneurial et s'installer dans la durée. Les enseignements des enquêtes internationales montrent que les risques de mortalité ou de discontinuité d'entreprise, créées par opportunité, sont deux fois plus faibles que les entreprises créées par nécessité. Il est, également, indiqué que les entreprises créées par nécessité se caractérisent par un faible niveau d'innovation et de croissance.

Les données de l'enquête GEM 2011, menée en Algérie, montrent que l'activité entrepreneuriale reste encore dominée par les hommes, même si les femmes ont enregistré une progression significative ces dernières années. Le TEA féminin moyen national est de 5,7 comparativement au TEA masculin qui est de l'ordre de 12,3. L'analyse du rapport hommes-femmes, selon les phases de développement de l'activité entrepreneuriale, révèle un TEA des femmes dans la phase de démarrage de l'activité entrepreneuriale (entrepreneuriat émergent) très important ; cependant, ce taux diminue dans les phases antérieures de développement de l'activité entrepreneuriale (phases de l'entrepreneuriat naissant [baby] et dans l'entrepreneuriat établi).

En outre, sur le registre de la qualité de l'entrepreneuriat algérien, nous relevons qu'il reste encore un entrepreneuriat de jeunes. Ils sont plus de 55% dans les tranches d'âge 18-34 ans impliqués dans une activité entrepreneuriale. La plus grande proportion est représentée par les jeunes âgés entre 24-34, représentant un taux de plus de 45,2%, impliqués dans la création d'entreprises.

L'entrepreneuriat mobilise toutes les catégories de personnes quel que soit leur niveau d'instruction. C'est un phénomène qui a tendance à se massifier et il n'est plus l'apanage des personnes sans travail ou des personnes exclues du système éducatif. Les entrepreneurs ayant un niveau d'éducation élevée sont de plus en plus impliqués dans le processus entrepreneurial. De même, les entrepreneurs ayant un revenu annuel relativement élevé constituent une part importante de ceux impliqués dans le processus entrepreneurial.

Une lecture comparée des données GEM 2009-2011 montre une tendance structurelle à l'évolution de la situation entrepreneuriale en Algérie en fonction de la répartition sectorielle des activités. Les données GEM sur la répartition sectorielle des entreprises créées montrent une tendance de création dominée par les activités orientées consommateurs. Les activités de transformation et les activités de services, fournies aux autres entreprises, enregistrent des taux faibles. Cette tendance révèle la faiblesse des investissements entrepreneuriaux dans les secteurs des industries d'extraction et des services aux entreprises, qui attirent très peu d'entrepreneurs nouveaux.

Les données de l'enquête GEM 2011 ont révélé, également, que les entrepreneurs algériens, en phase de démarrage, n'ont pas changé leur attitude en matière de croissance de l'emploi, comparativement aux données de l'enquête GEM 2009. D'une manière générale, les entrepreneurs ont créé très peu d'emplois en phase de démarrage. Les emplois créés dans les premières phases de la création par les entrepreneurs se situent généralement dans la tranche de moins de cinq (05) emplois, ce qui dénote des prévisions de croissance de création d'emploi relativement modestes.

En matière de compétitivité, l'indice synthétique du potentiel de croissance des entreprises fait ressortir un indice de croissance relativement faible, soit 26 sur une échelle de 100, qui se situe dans la tranche des entreprises qui ne sont pas innovantes, disposant d'une faible technologie et subissant une forte concurrence sur leur marché. La comparaison entre les indices de croissance entrepreneuriale, selon les résultats des enquêtes GEM 2009 et 2011, indique une baisse relative du score de l'indice synthétique de croissance d'environ deux (02) points par rapport à 2009. La rubrique, qui a enregistré une baisse de l'indice de croissance, concerne les capacités des entreprises à l'exportation. En 2009, 27% des personnes adultes insérées dans le processus entrepreneurial ont déclaré être dans une logique d'exportation alors qu'en 2011, ce score était en baisse, avec un taux de 24%.

En matière d'accompagnement des créateurs d'entreprises et de sollicitation de conseils, les entrepreneurs algériens, en phase de démarrage, font un usage intensif des réseaux privés (famille proche et les amis) pour obtenir un conseil pour la création de leur entreprise et un usage très limité de l'accompagnement par les services professionnels (dispositifs d'aide à la création) et par les experts (comptables, avocats, etc.). Cette tendance semble être similaire à celle observée lors de l'enquête GEM 2009 avec, toutefois, un accroissement de la sollicitation de la sphère privée (famille, amis et proches).

En matière de financement de la création des entreprises, par les différents dispositifs, nous constatons que les industries d'extraction et de transformation restent marginalisées et leur orientation concerne beaucoup plus les secteurs des services et les entreprises de très petites tailles, sans emprise sur la création d'emplois. D'une manière générale, le coût de création d'un emploi dans le cadre de ces dispositifs reste relativement élevé. Pour l'ANSEJ, il varie entre 756.050 DA et 1.140.000 DA. Concernant l'enquête GEM 2011, les données montrent que les financements sont mobilisés par les réseaux restreints de la famille (membres proches de la famille) et du voisinage. Ce constat révèle que les dispositifs officiels ne contribuent que faiblement au financement

de bonnes idées d'affaires. Les porteurs de projets s'orientent davantage vers le réseau familial car ils estiment que les banques restent récalcitrantes à financer des projets qui ne présentent pas les garanties exigées.

En ce qui concerne les perceptions du contexte culturel, les résultats de l'enquête GEM 2011 montrent des attitudes d'optimisme. L'indice du climat entrepreneurial calculé, combinant les indicateurs contexte individuel et contexte culturel, est passé de 45,75 en 2009 à plus de 57,75 en 2011, soit une évolution de plus de 12 points.

La combinaison des perceptions et des attitudes des entrepreneurs montre que l'entrepreneuriat est un bon choix de carrière et que les entrepreneurs jouissent d'un bon statut et d'un bon niveau de considération au sein de la société. Les entrepreneurs considèrent que les contextes culturel et individuel sont favorables à la promotion de l'activité entrepreneuriale en Algérie. Cette perception positive de l'activité entrepreneuriale trouve son origine dans le programme spécial du gouvernement (2011) d'encourager l'entrepreneuriat des jeunes dans le cadre de la politique de l'emploi des jeunes, notamment les jeunes universitaires. Néanmoins, la peur de l'échec reste encore une attitude partagée par un nombre important d'entrepreneurs comme un obstacle au lancement dans le démarrage d'affaires.

Ces données de terrain semblent être confortées par plusieurs études internationales menées sur le climat des affaires en Algérie (Banque Mondiale) qui soulignent que la création d'entreprise reste encore une opération difficile : «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». Les données de l'enquête GEM 2011 ont confirmé cette problématique de la croissance des entreprises. La part des entreprises établies reste très réduite et les proportions de discontinuité très élevée.

Introduction

L'entrepreneuriat un instrument de transformation de l'économie

Dans les pays en transition vers l'économie de marché, les entrepreneurs deviennent des figures centrales dans le processus de production de la richesse comme ils le sont déjà dans les grands pays industrialisés. Ils sont présentés comme les acteurs du développement de la nouvelle économie libérale et les porteurs du nouveau modèle d'affaires. En Algérie, l'entrepreneuriat est inscrit au cœur des réformes économiques¹ et traduit la volonté des pouvoirs publics à relever le défi du changement en profondeur des paradigmes qui ont présidé au fonctionnement de l'économie administrée. Si ce phénomène est devenu une philosophie dominante des affaires en Algérie, c'est en raison, essentiellement, de son poids dans la structure économique du pays, de sa contribution à la production de la richesse, de sa participation à la déconstruction des modèles d'analyse des mécanismes économiques et à l'émergence de nouvelles alternatives de redistribution de richesse².

Plus fondamentalement, le phénomène entrepreneurial exprime une tendance profonde de transformation de la société, fondée jadis sur des préceptes de l'économie administrée, vers un modèle de société où la libre entreprise et les valeurs individuelles deviennent les vecteurs de la réussite, favorisés par l'abandon du gigantisme des entreprises et le rejet de la domination du secteur public dans le fonctionnement de l'économie.

Qu'est-ce que l'entrepreneuriat ?

Dans son acception la plus large, le phénomène entrepreneurial désigne «aussi bien l'esprit d'entreprise que l'esprit d'entreprendre». C'est un processus émergent qui encourage des catégories de personnes, à agir au-delà des stigmates des milieux familial et social dans lesquels elles vivent, à aller surmonter les contraintes de l'environnement pour monter des affaires dont le seul but est d'atteindre un niveau de réussite et d'autonomie individuelle «compter sur soi, dépendre de soi-même». L'esprit d'entreprise et celui d'entreprendre constituent les nouvelles valeurs de la société (Émile-Michel Hernandez³. 2006) qui dépendent non seulement des aptitudes des individus à exploiter des opportunités pour créer des affaires, mais également de l'influence de l'action de l'Etat en matière de soutien et d'accompagnement de la création d'entreprises au sein de la société.

¹ Abedou A., Bouyacoub A., Lallement M., Madoui M. (2006) *De la gouvernance des PME/PMI : regards croisés France-Algérie*, 320 p. l'Harmattan, Paris, 2006.

² Émile-Michel Hernandez et Luc Marco (2008) *Entrepreneuriat versus salariat .Construction et déconstruction d'un modèle ?* *Revue française de gestion* 2008/8-9 (n° 188-189).

³ Émile-Michel Hernandez (2006) *Les trois dimensions de la décision d'entreprendre* *Revue française de gestion* 2006/9-10 (n° 168-169).

Chapitre I : Dynamique entrepreneuriale en Algérie, données macro

Importance et évolution des PME

1. Quelques définitions de la PME

En Algérie, il existe plusieurs sources de données statistiques concernant les entrepreneurs désignés, différemment, selon les administrations concernées. Il en découle que les analyses des spécialistes ne s'appuient pas toujours sur le même type de données et peuvent tirer des conclusions totalement contradictoires sans préciser la nature des données utilisées.

1.1. Le ministère chargé de la PME

Ainsi, pour le ministère chargé de la PME, la référence de base est la loi n°01-18 du 12/12/2001 qui définit la PME, quel que soit son statut juridique, comme étant une entreprise définie par trois critères importants :

- Le nombre de salariés inférieur à 250
- Un plafond de chiffre d'affaires inférieur à 2 milliards de dinars
- Un critère d'indépendance.

De la définition de la petite et moyenne entreprise

Art. 4. - La PME est définie, quel que soit son statut juridique, comme étant une entreprise de production de biens et/ou de services :

- employant une (1) à (250) personnes,
- dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 2 milliards de dinars ou dont le total du bilan annuel n'excède pas 500 millions de dinars,
- et qui respecte les critères d'indépendance.

Au titre de la présente loi, il est entendu par :

1- personnes employées : le nombre de personnes correspondant au nombre d'unités de travail-année (UTA), c'est-à-dire au nombre de salariés employés à temps plein pendant une année. Le travail partiel ou le travail saisonnier étant des fractions d'unité de travail-année.

L'année à prendre en considération est celle du dernier exercice comptable clôturé.

2- seuils pour la détermination du chiffre d'affaires ou pour le total du bilan ceux afférents au dernier exercice clôturé de douze mois.

3- entreprise indépendante : l'entreprise dont le capital n'est pas détenu à 25% et plus par une ou plusieurs autres entreprises ne correspondant pas à la définition de PME.

Art. 5. - La moyenne entreprise est définie comme une entreprise employant 50 à 250 personnes et dont le chiffre d'affaires est compris entre 200 millions et 2 milliards de dinars ou dont le total du bilan annuel est compris entre 100 et 500 millions de dinars.

Art. 6. - La petite entreprise est définie comme une entreprise employant de 10 à 49 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 200 millions de dinars ou dont le total du bilan annuel n'excède pas 100 millions de dinars.

Art. 7. - La très petite entreprise (TPE), ou micro-entreprise, est une entreprise employant de 1 à 9 employés et réalisant un chiffre d'affaires inférieur à 20 millions de dinars ou dont le total du bilan annuel

Loi n°01-18 du 12 décembre 2001 portant loi d'orientation sur la promotion de la petite et moyenne entreprise (P.M.E)

Cette définition exclut les artisans régis par un autre texte réglementaire et les professions libérales dans le domaine de la santé, de l'architecture, du droit et de l'agriculture. Cette catégorie de PME regroupe ces professions sous l'appellation de personnes physiques, généralement non astreintes à l'inscription au Registre du commerce (RC). Ainsi, en 2010, les personnes physiques concernent 249.196 entités réparties comme suit :

Tableau 1 : Répartition des PME exerçant comme personnes physiques en 2010

	Santé	Justice	Exploitations agricoles	Artisanat	Total
Nombre en 2010	30 734	11 288	71 551	135 623	249 196
Part en %	12,33	4,53	28,71	54,42	100
Créations en 2010	2 114	1 241	2 540	8 827	14 722

L'analyse que nous menons ne concerne donc pas ces personnes physiques, même si sur le plan de l'analyse économique, elles peuvent être considérées comme de petites et moyennes entreprises. Le ministère de la PME publie, annuellement, les données relatives aux PME⁴, et ne présentes, de manière détaillée, que les entités économiques ayant le statut de personnes morales, dont le nombre en 2010 était de 369.876.

1.2. Les données du Centre national du registre du commerce

Le Centre national du registre du commerce (CNRC) tient une comptabilité à jour de toutes les activités astreintes à l'inscription et fournit des données différentes concernant les entités économiques pour 2010. Ainsi, à la fin de l'année 2010, l'Algérie comptait 1.482.595 entités économiques, ou, plus précisément, des entrepreneurs dont 157.178 sous forme de sociétés.

⁴ Ministère chargé de la PME et de l'Artisanat, *Bulletin d'information statistique de la PME*, le dernier Bulletin porte le numéro 18 a été édité à la fin de l'année 2011. Habituellement, le ministère faisait éditer un Bulletin par semestre.

Tableau 2 : Types de commerçants inscrits au CNRC

	2010
Nombre de sociétés	157 178
Nombre de personnes physiques	1 325 417
Total des commerçants inscrits au CNRC	1 482 595

1.3. Les données de l'emploi

Les statistiques relatives à l'emploi sont fournies régulièrement par l'Office national des statistiques (ONS) et concernent, naturellement, toutes catégories socio-professionnelles. A la fin de l'année 2010, l'Algérie comptait 1.840.000 employeurs et indépendants, uniquement dans le milieu urbain. Ces données ne tiennent pas compte de l'inscription au registre du commerce et incluent donc, les activités informelles. Du point de vue purement analytique, cette catégorie est considérée également comme celle regroupant des entrepreneurs, vivant de leurs activités et prenant des risques.

2. Evolution générale du nombre des PME

Les PME ont connu une évolution importante de leur nombre entre 2001 et 2010. Leur nombre a été multiplié par plus de deux. Cette évolution est plus importante que celle de la plupart des autres paramètres comme le Produit intérieur brut (PIB) qui, au cours de cette période, a connu une évolution de 41,4%.

Bien que leur relation ne soit pas linéaire, la question qui se pose est de savoir pourquoi la multiplication par deux du nombre d'entreprises n'a pas entraîné une plus forte croissance du PIB sur cette période ?

Il y a lieu de souligner que la croissance du nombre de PME n'a pas concerné tous les secteurs d'activité de la même manière.

Tableau 3 : Evolution du nombre de PME

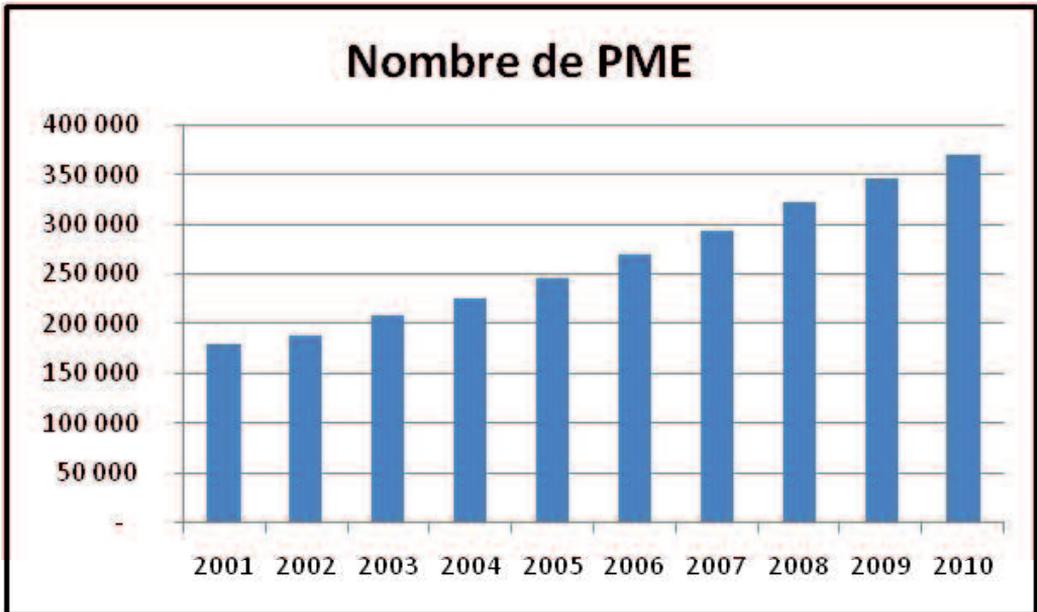
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Nombre	179 893	188 893	207 949	225 449	245 842	269 806	293 946	321 387	345 902
Indice	100	105	116	125	137	150	163	179	192

Mais d'une manière générale, le nombre de PME semble s'être développé de la même manière que celui du nombre de commerçants qui a été multiplié par 2,20 entre 2001 et 2010, comme le montre le tableau 2, ce qui signifie que les PME, comme acteur économique particulier, se sont développées de la même manière que tous les autres agents économiques, ayant qualité de commerçants, mais à un rythme légèrement inférieur. En effet, les PME représentaient 26,60% du nombre total de commerçants en 2001. En 2010, elles représentaient 24,90% de ce total.

Tableau 4 : Evolution du nombre de commerçants

Commerçants détenant un registre de commerce	2001	2010
Total des inscrits au CNRC	675 499	1 482 595
Indice d'évolution	100	219,5

Construit à partir des données du CNRC



Construit à partir des données du ministère de la PME et de l'Artisanat

3. Evolution du nombre de PME et évolution du PIB hors hydrocarbures et hors agriculture (PIB H.H et H.A)

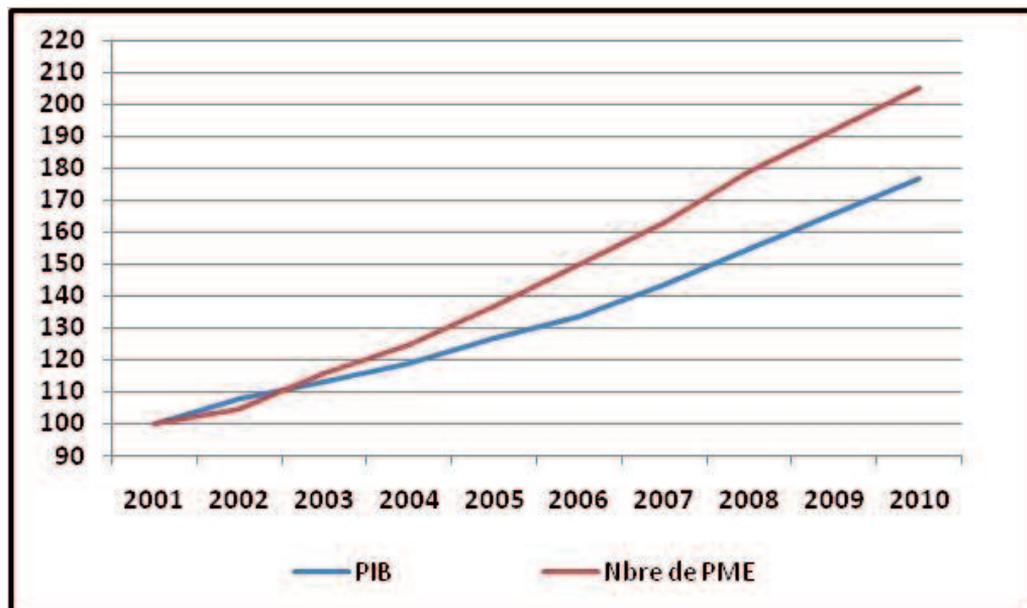
Nous comparons l'évolution du nombre de PME à celle du PIB en dehors du secteur des hydrocarbures et celui de l'agriculture, car ces secteurs sont particuliers et ne sont pas concernés statistiquement par les PME. On relève quand même un léger décalage entre les deux évolutions, celle du nombre de PME et celle de la richesse créée. Les nouvelles PME créées ne contribuent pas de la même façon à la croissance du PIB.

Tableau 5 : Evolution du nombre de PME et du PIB

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
PIB H.H et Hors Agriculture	100	108	113	119	127	133	144	155	166	177
PME	100	105	116	125	137	150	163	179	192	205

Calculé à partir des comptes économiques 2000-2010

Evolution du PIB HH et HA et des PME



4. Les PME en 2010

Selon la nomenclature du ministère de l'Industrie, de la PME et de la Promotion de l'Investissement, l'Algérie comptait 619.072 PME en 2010, dont presque 60% sont, statutairement, des personnes morales et 40% des personnes physiques. Cette étude ne prend en considération que les personnes morales, c'est-à-dire les PME organisées en sociétés.

Le nombre de PME relevant du secteur public a beaucoup diminué entre 2003 et 2010, en raison de la fermeture ou de la liquidation d'un certain nombre d'entre elles et de la privatisation ou de la cession d'autres.

Tableau 6 : Répartition des PME en 2010

Type de PME	Nombre de PME	%
PME privées		
Personnes morales	369 319	59,6
Personnes physiques	249 196	40,3
S/Total 1	618 515	99,9
PME publiques		
Personnes morales	557	0,1
S/Total 2	557	
Total	619 072	100

Source : Bulletin d'information statistique de la PME 2010

5. La diminution des PME du secteur public

Le nombre de PME relevant du secteur public, déjà très faible, n'a cessé de se réduire depuis 1990, en raison de leurs difficultés économiques. En sept ans, le nombre de ces PME a baissé de 30% ; en revanche, celui des PME privées a connu une croissance de 77,6%. A vrai dire, avant les réformes économiques de 1990, le secteur public a, principalement, évolué dans le cadre de grandes, voire très grandes entreprises. Les PME publiques étaient une catégorie spécifique d'entreprises locales et régionales. En termes d'emploi, les PME publiques représentaient en 2010, moins de 3% de l'emploi global des PME, et sont présentes, principalement, dans le secteur industriel (45% de l'emploi).

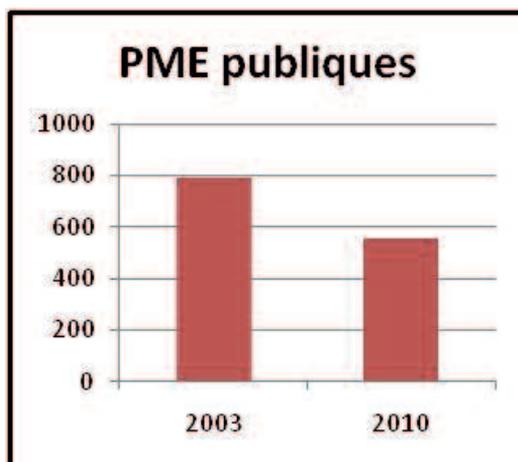


Tableau 7 : Répartition des types de PME

	2003	2010	Evolution en %
PME privées	207 949	369 319	77,6
PME publiques	788	557	-29,3
Artisans	79 850	249 196	212
Total	288 587	619 072	114,5

Tableau 8 : PME publiques en 2010

	Nombre	%	Emploi	%
Industrie	179	32,1	21 708	44,6
Services	209	37,5	14 454	29,7
Agriculture	114	20,5	5 794	11,9
BTPH	43	7,7	5 051	10,4
Mines et carrières	12	2,2	1 649	3,4
Total	557	100	48 656	100

6. Importance de l'emploi

Dans les PME, l'emploi a connu en 2010 une croissance de 5,5%. Les salariés représentent 62% du total de l'emploi et les employeurs représentent 38% de l'emploi des PME, ce qui signifie que la taille moyenne d'une PME est de 1,62 emploi. C'est le profil de très petite entreprise (TPE) qui est prédominant.

Tableau 9 : Evolution de l'emploi (2009-2010)

	2009	2010	Croissance	Structure en 2010
Salariés	908 046	958 515	5,6	58,96
Employeurs	586 903	618 515	5,4	38,05
PME privées	1 494 949	1 577 030	5,5	97,01
PME publiques	51 635	48 656	-5,8	2,99
Total PME	1 546 584	1 625 686	5,1	100

7. PME et emploi global

Par rapport aux entrepreneurs, au sens large du terme, c'est-à-dire, les employeurs et les indépendants hors agriculture, le nombre de PME (personnes morales et personnes physiques) représente 33% du total et les salariés, qui y sont employés, ne représentent que 15% du total des salariés permanents et non permanents, en 2010. Au total, l'emploi des PME ne représente que 19% de la population occupée non agricole, comme le montre le tableau.

Tableau 10 : Importance de l'emploi des PME dans l'emploi global hors agriculture

	Nombre global	PME toutes catégories	Part des PME en %
Employeurs et indépendants	1 874 000	619 072	33,03
Salariés permanents et non perm.	6 725 000	1 007 000	14,97
Population occupée non agricole	8 599 000	1 626 072	18,91

Source : Calculs effectués à partir de l'ONS, *Emploi et chômage au 4^e trimestre 2010* et *Bulletin d'information statistique de la PME 2010*

8. La diversité des secteurs d'activité

Par grands groupes de secteurs d'activité, les PME s'orientent, principalement, vers les secteurs des services et commerce (46,75%) et le secteur des bâtiments et travaux publics (BTP) avec 35,14%. Les industries manufacturières totalisent 61.228 PME, représentant presque 17% du total. Malgré une politique d'encouragement à l'investissement dans les secteurs industriels, menée depuis plusieurs années par les pouvoirs publics, les PME sont créées, principalement, dans les secteurs des services. Ce qui ne signifie pas une saturation de ces derniers secteurs. Bien au contraire, en 2010, l'Algérie est toujours caractérisée par la faiblesse relative de ce secteur en termes de poids dans le PIB, par rapport aux pays voisins. En effet, en 2010, le secteur des services représentait en Algérie 30,96% du PIB, alors qu'au Maroc, il représentait 54,96% et 59,72% en Tunisie⁵.

⁵ Banque mondiale, *World development indicators 2012*.

Tableau 11 : Evolution des PME par secteur

	2009	2010		Evolution
	Nombre	Nombre	%	%
Agriculture	3 642	3 806	1,03	4,5
Hydrocarbures, énergie, mines et services liés	1 775	1 870	0,51	5,4
BTPH	122 238	129 762	35,14	6,2
Industries manufacturières	58 803	61 228	16,58	4,1
Services	159 444	172 653	46,75	8,3
Total	345 902	369 319	100	6,8

Répartition des PME par secteur d'activité

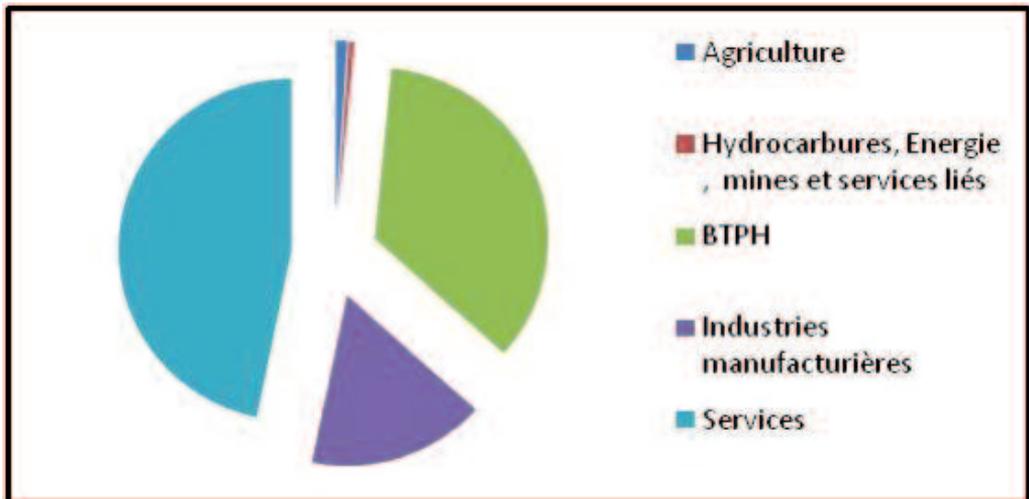
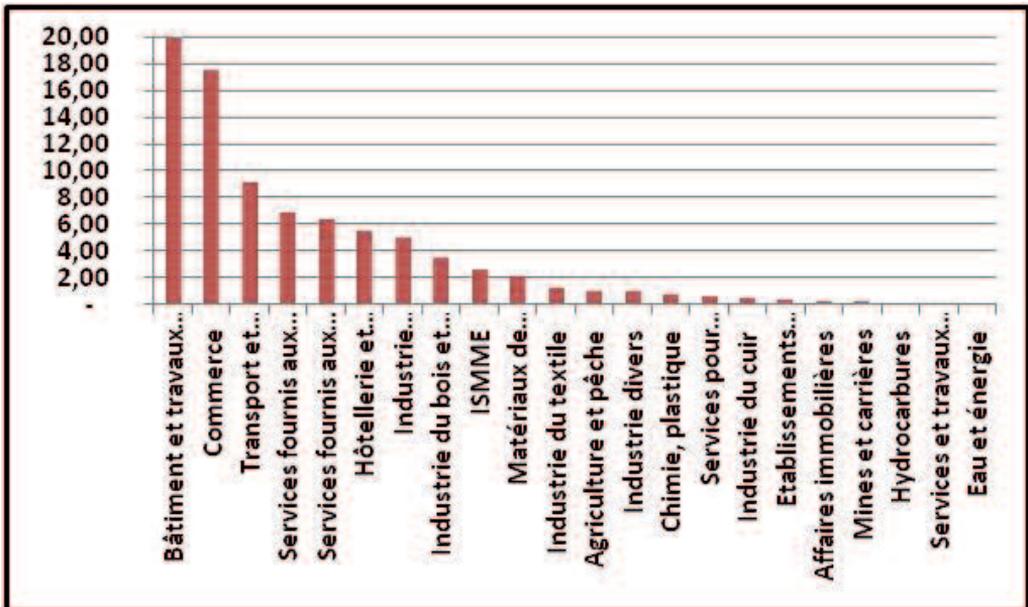


Tableau 12 : Répartition des PME par branche en 2010

Branches d'activité	%
Bâtiment et travaux publics	35,14
Commerce	17,59
Transport et communication	9,16
Services fournis aux ménages	6,88
Services fournis aux entreprises	6,37
Hôtellerie et restauration	5,52
Industrie agroalimentaire	4,98
Industrie du bois et papier	3,54
ISMME	2,59
Matériaux de construction	2,13
Industrie du textile	1,22
Agriculture et pêche	1,03
Industrie divers	1,01
Chimie, plastique	0,66
Services pour collectivités	0,61
Industrie du cuir	0,45
Etablissements financiers	0,33
Affaires immobilières	0,28
Mines et carrières	0,25
Hydrocarbures	0,16
Services et travaux pétroliers	0,07
Eau et énergie	0,03
Total	100

Classement par ordre décroissant des branches d'activité des PME en %



9. L'évolution des PME par branches d'activité économique en cinq ans

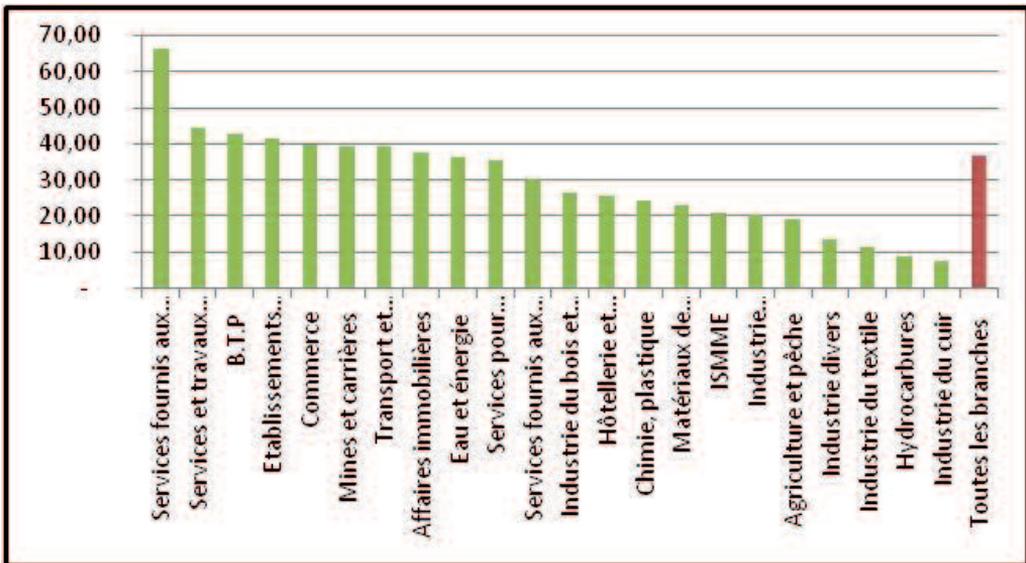
Au cours des cinq dernières années, le nombre de PME a connu une croissance de 36,9%. Cette croissance a été très diversifiée, puisque les branches d'activité n'ont pas enregistré le même taux de croissance comme le montre le graphique. Les branches qui viennent en tête sont celles des services aux entreprises avec une croissance de 66,6% et les BTP avec 43,1%. Viennent ensuite les établissements financiers et les commerces avec une croissance avoisinant les 40%. Les diverses branches industrielles n'ont enregistré que des taux inférieurs à 20%, sauf pour les industries du bois avec 26,8%, celle de la chimie avec 24,4% et celle des matériaux de construction avec 23,3%. En réalité, les branches qui ont connu la plus forte croissance sont celles qui sont liées aux BTP, car celles-ci ont accueilli la plus grande part des investissements réalisés dans le pays au cours de cette période, soit 51,6% de l'ABFF (Accumulation brute des fonds fixes).

Les trois grandes catégories d'entreprises qui ont connu la plus forte croissance (celle des services fournis aux entreprises, celles des BTP et les branches industrielles liées à la construction), ont un point commun : elles sont toutes tirées par le programme d'investissement massifs dans les domaines des BTP, mis en œuvre depuis 2002.

Tableau 13 : Répartition des PME par branche – 2006 et 2010

	2006	2010	Croissance en %
Agriculture et pêche	3 186	3 806	19,46
Eau et énergie	74	101	36,49
Hydrocarbures (distribution)	531	580	9,23
Services et travaux pétroliers	188	272	44,68
Mines et carrières	657	917	39,57
ISMME	7 906	9 556	20,87
Matériaux de construction	6 369	7 854	23,32
Bâtiment et travaux publics	90 702	129 762	43,06
Chimie, plastique	1 967	2 446	24,35
Industrie agroalimentaire	15 270	18 394	20,46
Industrie du textile	4 019	4 493	11,79
Industrie du cuir	1 558	1 677	7,64
Industrie du bois et papier	10 300	13 063	26,83
Industrie divers	3 297	3 745	13,59
Transport et communication	24 252	33 848	39,57
Commerce	46 461	64 962	39,82
Hôtellerie et restauration	16 230	20 401	25,7
Services fournis aux entreprises	14 134	23 541	66,56
Services fournis aux ménages	19 438	25 403	30,69
Etablissements financiers	853	1 209	41,74
Affaires immobilières	755	1 040	37,75
Services pour collectivités	1 659	2 249	35,56
Total	269 806	369 319	36,88

Classement des taux de croissance du nombre de PME par branche d'activité



10. La diversité des formes juridiques

Il y a une diversité des formes juridiques des PME, mais deux formes sont prédominantes : la SARL (Société à responsabilité limitée) et l'EURL (Entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée), qui représentent respectivement 50% et 33,2% du total des PME. La société au nom collectif (SNC) représente aussi une catégorie d'une certaine importance avec 11,80%. Mais la société par actions (SPA) est encore très peu représentée au sein des PME qui restent peu ouvertes au capital extérieur. Ce qui constitue un véritable obstacle à la croissance des PME et aux possibilités de partenariat avec les entreprises étrangères.

Tableau 14 : Répartition des formes juridiques des PME en 2010

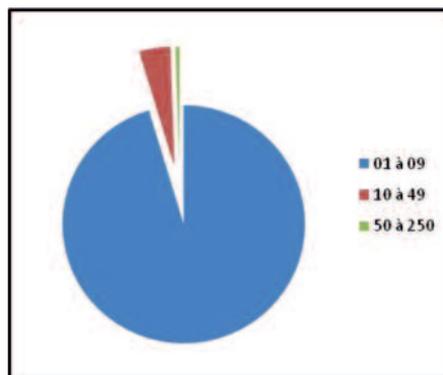
Formes juridiques des sociétés	%
Entreprise Communale	0,01
Société en Non Collectif - SNC	11,8
Société à Responsabilité Limitée - SARL	49,54
Société par Actions - SPA	4,82
Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée - EURL	33,16
Divers	0,67
Total	100

11. La taille des PME

Comme dans la plupart des économies modernes, les PME de petite taille (moins de 10 salariés) représentent, en 2010, plus de 95% des PME. Cette part a, légèrement, augmenté par rapport à 2001. Ce qui signifie que les nouvelles créations ont été concentrées dans le groupe des très petites entreprises (TPE).

Tableau 15 : Structure des effectifs de PME par taille en %

Taille	2001	2010
De 1 à 09	94,64	95,34
De 10 à 49	4,65	4,12
De 50 à 250	0,71	0,54
Total	100	100



La dynamique des PME

1. La distribution des PME par wilaya

Selon la distribution des PME par wilaya, on constate qu'en 2010, les wilayas totalisant plus de 10.000 PME sont au nombre de neuf sur les 48 que compte le pays, soit 18,7 des wilayas regroupant presque 45% des PME. Pour ce niveau d'importance du tissu économique, le centre du pays regroupe 7 wilayas, autour de la capitale, auxquelles il faut adjoindre la principale wilaya de l'est (Constantine) et la principale wilaya de l'ouest (Oran).

Tableau 16 : Distribution des PME par wilaya (plus de 10.000 PME)

Wilaya	Nombre	Part en %
ALGER	43 265	11,71
TIZI OUZOU	21 481	5,82
ORAN	17 323	4,69
BEJAIA	16 695	4,52
SETIF	16 096	4,36
TIPAZA	14 434	3,91
BOUMERDES	12 955	3,51
BLIDA	12 059	3,27
CONSTANTINE	11 781	3,19

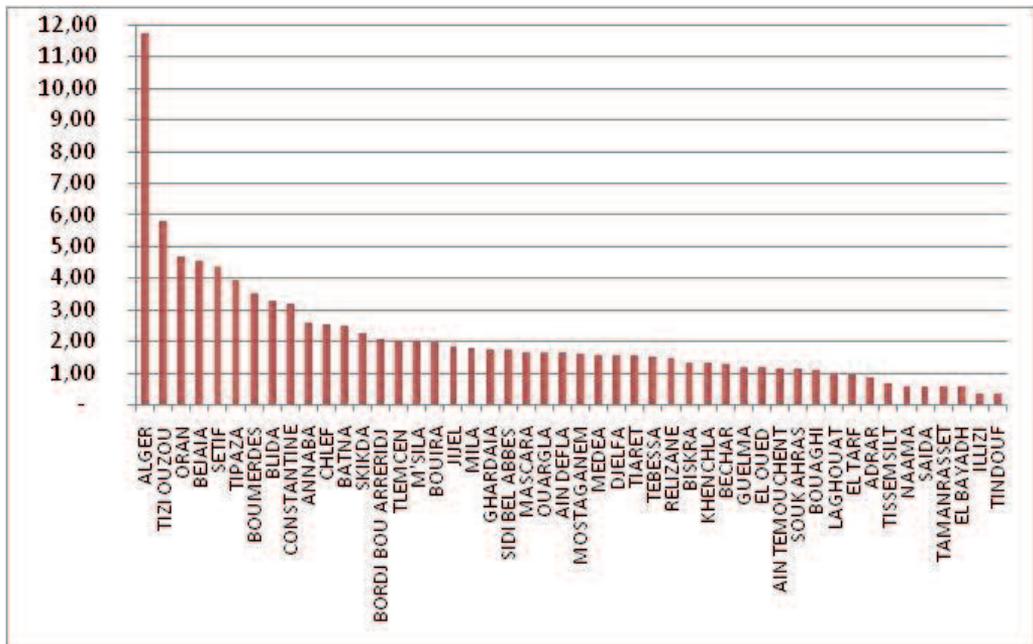
Quant aux wilayas les plus démunies, celles qui abritent moins de 3.000 PME, elles sont au nombre de 7, soit 14,6% du total et abritent 3,6% des PME du pays.

Tableau 17 : Distribution des PME par wilaya (moins de 3.000 PME)

Wilaya	Nombre	Part en %
TISSEMSILT	2 512	0,68
NAAMA	2 140	0,58
SAIDA	2 117	0,57
TAMANRASSET	2 040	0,55
EL BAYADH	2 020	0,55
ILLIZI	1 237	0,33
TINDOUF	1 161	0,31

Il faut noter que le plus grand nombre de wilayas (21), soit 43,8% du total, celles qui attirent entre 5 et 10.000 PME, abritent 40% des PME du pays et constitue le groupe le plus important de wilaya.

Distribution des PME entre les différentes wilayas en % du total (2010)



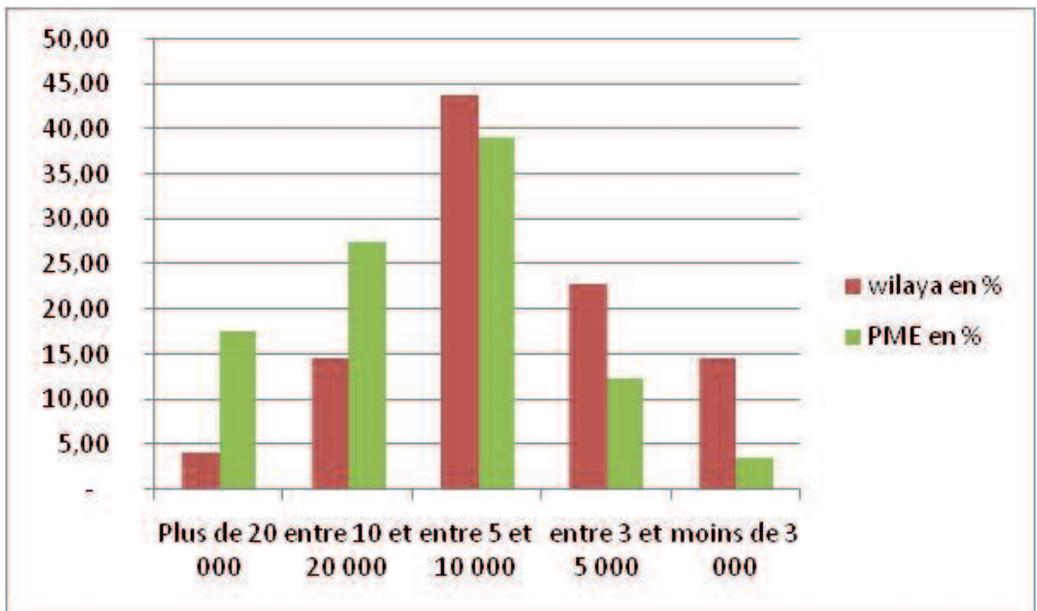
2. Le degré de concentration des PME par territoire

Cette répartition des PME montre qu'il y a une forte concentration du tissu économique entre les principales wilayas du centre du pays et quelques grandes wilayas de l'est et l'ouest du pays. Deux wilayas, Alger et Tizi Ouzou, regroupent 17,5% des PME du

pays et 7 wilayas suivantes abritent 27,4% des PME. Mais, comme il est souligné plus haut, le plus grand groupe est constitué de 21 wilayas (43,8% du total) abritant entre 5 et 10.000 PME, totalisant presque 40% des PME du pays. Par contre, au bas du classement, 7 wilayas du sud du pays n'abritent que 3,6% des PME.

Tableau 18 : Répartition des PME par groupe de wilayas

Nombre de PME par wilaya	Nombre de wilaya	Wilaya en %	PME en %
Plus de 20.000	2	4,17	17,53
Entre 10.000 et 20.000	7	14,58	27,44
Entre 5.000 et 10.000	21	43,75	39,07
Entre 3.000 et 5.000	11	22,92	12,38
Moins de 3.000	7	14,58	3,58
Total des wilayas	48	100	100



3. La concentration selon la population

Quand on procède à la distribution des PME par wilaya, selon la population, on obtient un ordre différent, sinon inverse à celui obtenu plus haut. Les wilayas qui, apparemment, attirent peu de PME, notamment celles du sud du pays, sont en réalité de vastes territoires où la densité humaine est très faible. Le calcul du taux d'entrepreneuriat, qui est le nombre de PME pour 1000 habitants par wilaya, révèle un classement étonnant.

Ainsi, Alger et Tizi Ouzou, les premières wilayas du classement territorial, sont classées respectivement 10e et 7e du point de vue du taux d'entrepreneuriat.

Quant à la répartition des PME du point de vue de la répartition de la population, on constate que la concentration constatée plus haut est nettement plus faible. En effet, 18,7% des wilayas abritant plus de 10.000 PME chacune, représentent 33,1% de la population et 45% des PME. A l'inverse, les 66,7% de wilayas abritant chacune entre 3 et 10.000 PME, représentent 63,3% de la population et 51,5% des PME. S'il y a une distribution inégalitaire des PME, il n'y a pas, par contre, une très forte concentration de PME du point de vue de la distribution de la population.

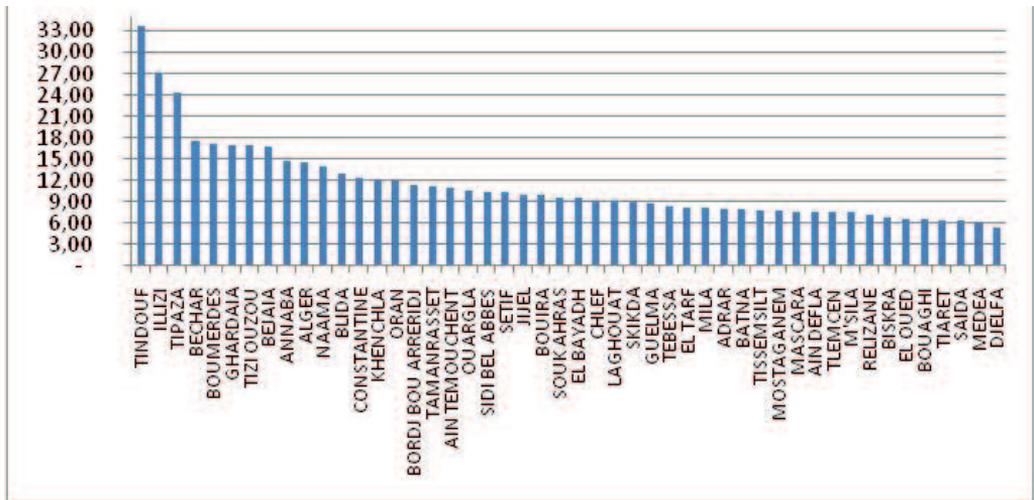
Tableau 19 : Répartition des PME et de la population en %

Nombre de PME	Wilaya en %	PME en %	Population %
Plus de 20.000	4,17	17,53	12,27
Entre 10.000 et 20.000	14,58	27,44	20,8
Entre 5.000 et 10.000	43,75	39,07	48,32
Entre 3.000 et 5.000	22,92	12,38	14,93
Moins de 3.000	14,58	3,58	3,68
Total	100	100	100

Plusieurs wilayas sortent du lot du point de vue du taux d'entrepreneuriat. Les trois premières wilayas qui se classent en tête sont du sud du pays et dont on parle rarement en matière d'entrepreneuriat (Tindouf, Illizi et Béchar). Les wilayas du Nord occupant les premières places sont Tipaza (3^e) et Boumerdès (5^e), voisines d'Alger, qui est classée 11^e. Ghardaïa, une wilaya connue pour son dynamisme économique se classe 6^e. Par contre, Tlemcen, wilaya réputée dynamique se classe 39^e. On dénombre moins d'une vingtaine de wilayas ayant un taux supérieur à la moyenne nationale qui est de 10,6%.

Tableau 20 : Nombre de PME pour 1.000 habitants selon les wilayas par ordre décroissant

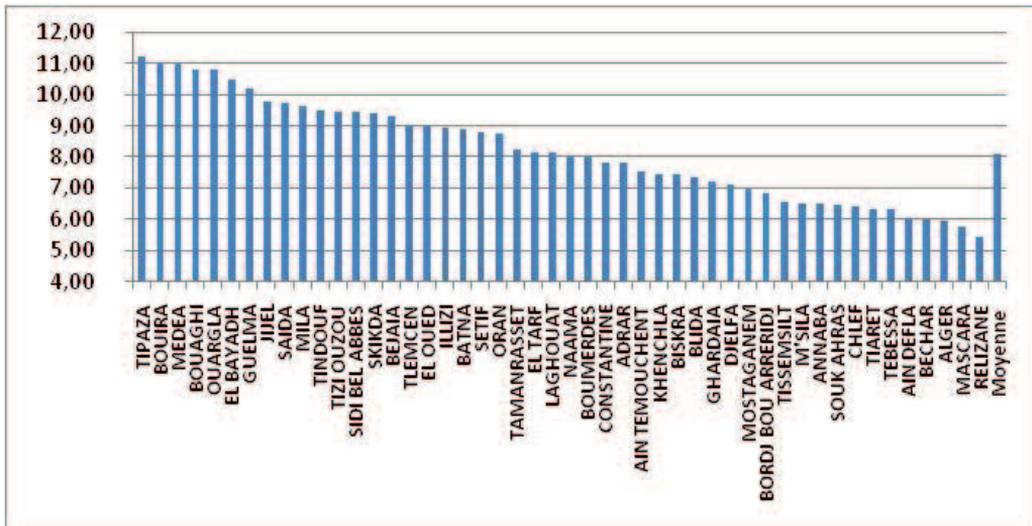
Clas.	Wilaya	Taux	Clas.	Wilaya	Taux	Clas.	Wilaya	Taux
1	TINDOUF	33,6	17	TAMANRASSET	11,2	33	ADRAR	8
2	ILLIZI	27,1	18	AIN TEMOUCHENT	10,9	34	BATNA	7,9
3	TIPAZA	24,3	19	OUARGLA	10,5	35	TISSEMSILT	7,9
4	BECHAR	17,6	20	SIDI BEL ABBES	10,4	36	MOSTAGANEM	7,8
5	BOUMERDES	17,1	21	SETIF	10,3	37	MASCARA	7,6
6	GHARDAIA	16,9	22	JIJEL	10	38	AIN DEFLA	7,6
7	TIZI OUZOU	16,9	23	BOUIRA	9,9	39	TLEMCEN	7,6
8	BEJAIA	16,8	24	SOUK AHRAS	9,7	40	M'SILA	7,5
9	ANNABA	14,8	25	EL BAYADH	9,5	41	RELIZANE	7,2
10	ALGER	14,5	26	CHLEF	9,2	42	BISKRA	6,8
11	NAAMA	14	27	LAGHOUAT	9,1	43	EL OUED	6,6
12	BLIDA	13	28	SKIKDA	9	44	OUM EL BOUAGHI	6,5
13	CONSTANTINE	12,4	29	GUELMA	8,8	45	TIARET	6,4
14	KHENCHLA	12,1	30	TEBESSA	8,3	46	SAIDA	6,4
15	ORAN	12	31	EL TARF	8,1	47	MEDEA	6,1
16	B. B. ARRERIDJ	11,3	32	MILA	8,1	48	DJELFA	5,4



4. Les nouvelles créations

La dynamique des créations est différente d'une wilaya à une autre. A l'échelle nationale, le taux de création en 2010 a été de 8,1%, par rapport au stock existant à la fin de 2009. Les wilayas qui ont le taux le plus élevé ne sont pas celles qui disposent d'un taux d'entrepreneuriat élevé, à l'exception de Tipasa qui se trouve en tête aussi dans ce classement.

Classement des wilayas, selon le taux de création de PME en 2010 en %

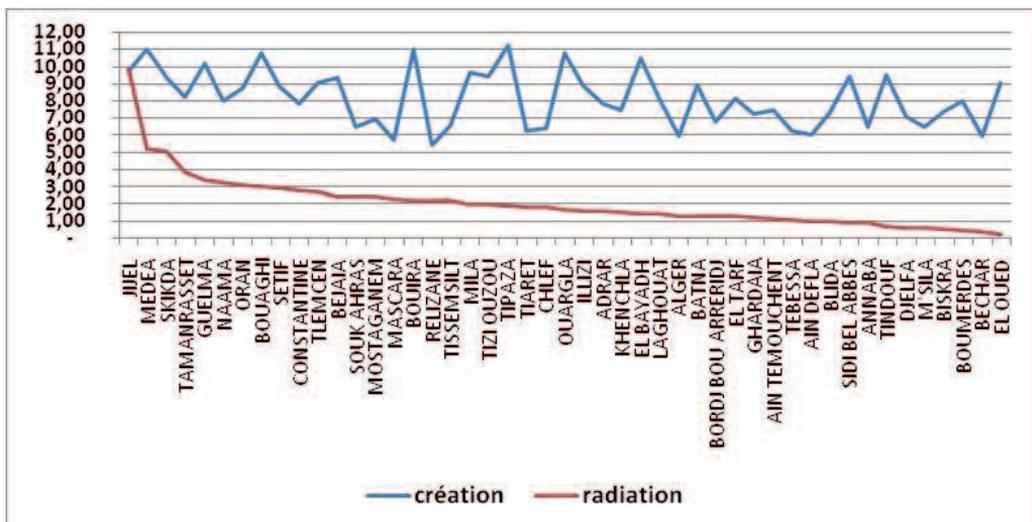


5. Les radiations

Le mouvement des radiations, en 2010, n'est pas très important puisqu'il concerne 2,3% des PME existantes en 2009. Mais ce taux est, également, très variable d'une wilaya à une autre. Il y a une seule wilaya (Saida) dont le taux de radiation est supérieur à 10% et a atteint 34% en 2010. Il doit s'agir d'une situation exceptionnelle ou d'un assainissement des dossiers administratifs accumulés depuis plusieurs années. Il n'y a que quatre wilayas dont le taux de radiation est supérieur à 5%.

Par contre, le taux de radiation ne semble avoir aucune relation avec le taux de nouvelles créations. Leur taux de corrélation est très faible ($R=0,35$)

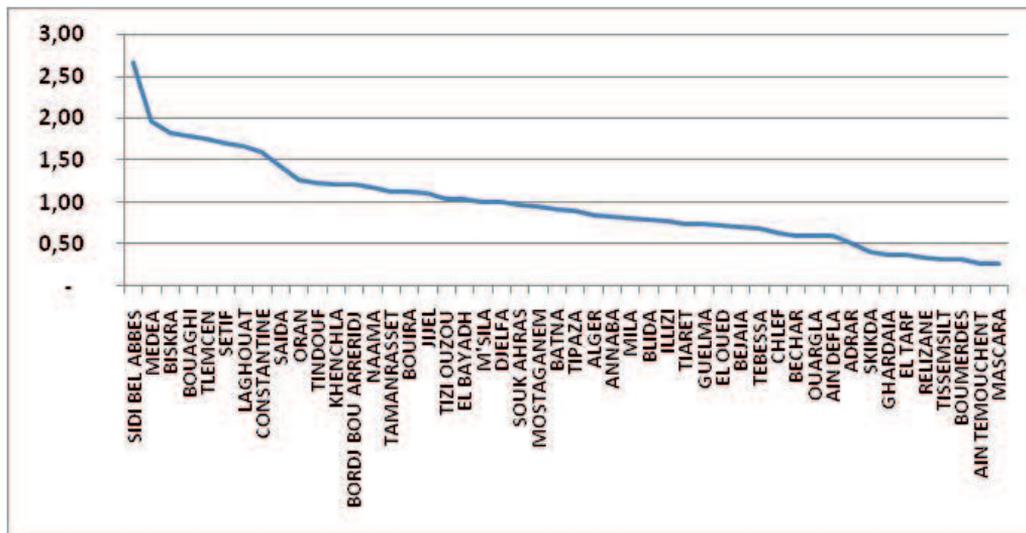
Taux de création et taux de radiation des PME en 2010 par wilaya



6. Les réactivations

Le taux de réactivation concerne un nombre très faible. Le taux national est inférieur à 1% du nombre de PME existantes en 2009. Mais on compte une vingtaine de wilayas ayant un taux supérieur à 1%.

Taux de réactivation des PME par ordre décroissant en 2010



Chapitre II : Le modèle conceptuel de GEM

L'entrepreneuriat, selon le modèle GEM, est un processus qui consiste à identifier, évaluer et exploiter des opportunités d'affaires. La revue de la littérature sur l'entrepreneuriat montre que le modèle d'entrepreneur schumpetérien ne constitue plus le seul profil-type de la culture entrepreneuriale, mais il existe différentes figures d'entrepreneurs influencés par les territoires et par les cultures. Si en apparence, le modèle d'entrepreneur schumpetérien présente des traits universels de l'entrepreneur qui privilégie la saisie des opportunités pour créer des affaires, il diffère d'un contexte à un autre. Les contextes socio-économiques et institutionnels, dans lesquels évolue l'entrepreneur, exercent une forte influence sur ses caractéristiques.

Dans son acception «aussi bien l'esprit d'entreprise que l'esprit d'entreprendre», l'entrepreneuriat est un phénomène émergent qui encourage des catégories de personnes, à agir au-delà des stigmates des milieux familial et social dans lesquels elles vivent, à aller surmonter les contraintes de l'environnement pour monter des affaires dont le seul but est d'atteindre un niveau de réussite et d'autonomie individuelle «compter sur soi, dépendre de soi-même». L'esprit d'entreprise et l'esprit d'entreprendre constituent les nouvelles valeurs de la société qui dépendent non seulement des aptitudes des individus à exploiter des opportunités pour créer des affaires, mais, également, de l'influence de l'action de l'Etat en matière de soutien et d'accompagnement de la création d'entreprises au sein de la société.

Lorsqu'on étudie la création d'entreprises, il est difficile d'estimer à quel moment une entreprise est créée. Pour les spécialistes de la statistique, l'entreprise existe lorsqu'elle est enregistrée au registre du commerce, lorsqu'elle a un numéro d'identification statistique. Par contre, pour le chercheur, l'entreprise existe lorsqu'elle est transformée en projet et lorsqu'il y a un plan d'affaires et une offre de produits. En somme, le processus de création d'entreprise comporte au moins deux grandes phases, (i) une phase d'émergence pendant laquelle le processus de création est en gestation où l'entrepreneur commence à concevoir son projet, entreprend ses premières démarches de mobilisation des ressources et élabore son plan d'affaires ; et (ii) une seconde phase de consolidation de l'affaire où l'entrepreneur commence à construire son image de marque sa réputation au sein du marché.

Selon le modèle conceptuel de GEM, les analyses traditionnelles de la croissance économique et de la compétitivité ont tendance à négliger le rôle des nouvelles et petites entreprises dans l'économie nationale. L'étude GEM adopte, par contre, une approche complète qui tient compte du degré des activités entrepreneuriales au sein d'un pays et détermine les différentes natures et phases de l'entrepreneuriat.

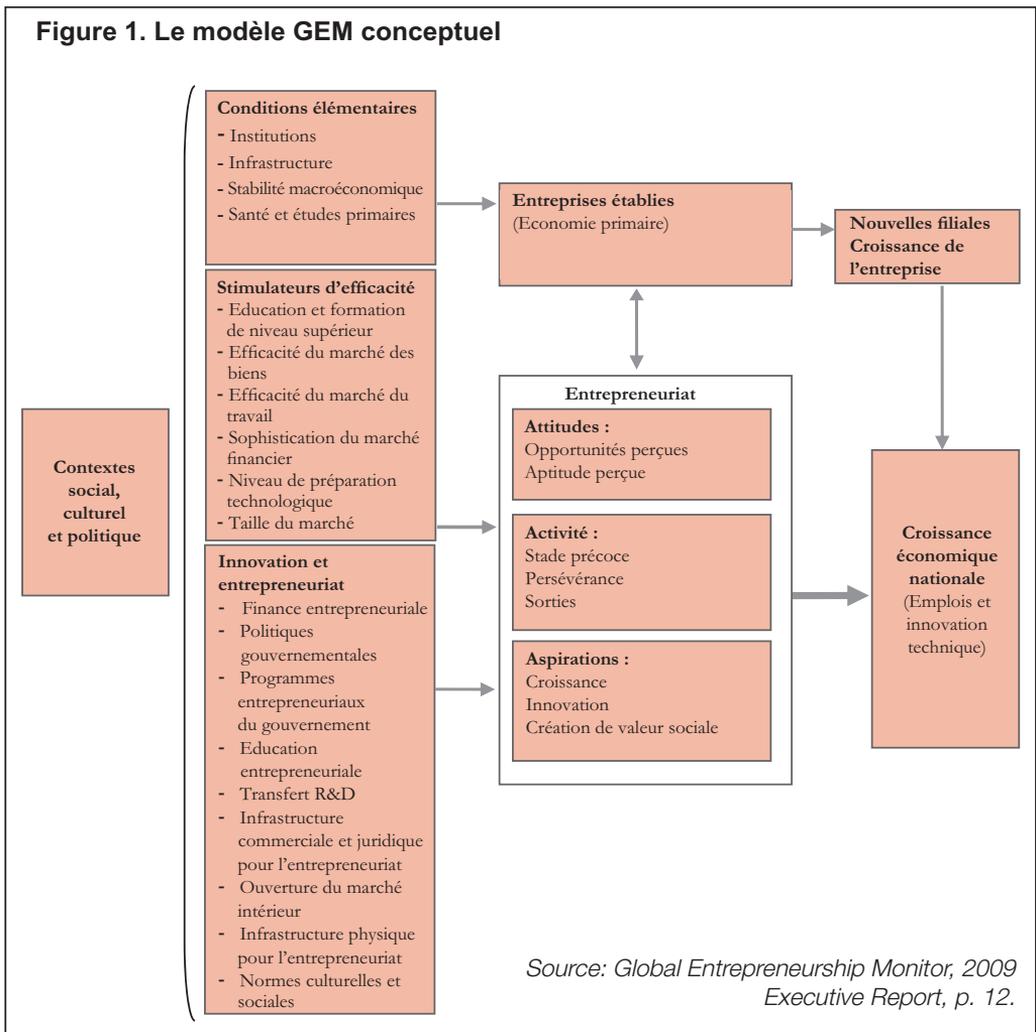
Le projet de recherche GEM concentre ses intérêts sur trois objectifs principaux :

- mesurer les différences relatives au niveau des activités entrepreneuriales entre les pays,
- déceler les facteurs qui influencent les activités entrepreneuriales au niveau national,
- identifier les conditions politiques à même de favoriser les activités entrepreneuriales.

L'activité entrepreneuriale, selon la conception du modèle GEM, est une activité complexe considérablement influencée par le contexte socio-économique national. A cet égard, les conditions cadres de l'entrepreneuriat (CCE) qui décrivent les propriétés de l'environnement socio-économique sont considérées comme les principaux déterminants de l'environnement entrepreneurial d'un pays. Ces conditions spécifiques influencent considérablement le taux de l'activité entrepreneuriale qui, à son tour, influence la croissance économique d'un pays. Toutes les conditions-cadres d'entrepreneuriat peuvent être tirées du modèle GEM. Des définitions pour chacune des conditions CCE sont présentées dans l'encadré 1.

Le modèle GEM met en évidence le rôle clé de l'entrepreneuriat dans la croissance économique d'un pays. Ce modèle a déjà été testé en 1999 et les résultats de l'étude GEM 1999 ont démontré que l'entrepreneuriat comptait pour environ un tiers des variations de la croissance économique entre les pays étudiés.

Figure 1. Le modèle GEM conceptuel



Source: Global Entrepreneurship Monitor, 2009 Executive Report, p. 12.

Conditions Cadres de l'Entrepreneuriat modèle GEM

1. Le soutien financier : La disponibilité, pour les jeunes et les nouvelles entreprises, de ressources financières et de l'actionnariat ainsi que la possibilité de contracter des dettes et d'avoir accès aux bourses et aux subventions.
2. Les politiques gouvernementales : Le degré selon lequel les politiques gouvernementales, telles que reflétées par le cadre fiscal et réglementaire et leur application, sont neutres ou encouragent la création d'entreprises ainsi que l'aide aux entreprises en croissance.
3. Les programmes gouvernementaux : La présence et l'efficacité de programmes gouvernementaux (fédéral, provincial et municipal) directement liés à l'aide aux nouvelles et aux jeunes entreprises.
4. La formation et l'éducation : La présence et la qualité de la formation touchant la création d'entreprises ou la direction de nouvelles ou de jeunes entreprises au sein des programmes formels d'éducation et de formation à tous les niveaux.
5. Le transfert de la R&D : Le degré selon lequel la recherche et le développement produisent de nouvelles applications commerciales et à quel niveau ces applications seront disponibles pour les nouvelles et les jeunes entreprises.
6. L'infrastructure commerciale et professionnelle : La présence et l'accessibilité aux services professionnels, de comptabilité et autres services légaux et institutionnels qui permettent ou stimulent l'émergence de nouvelles ou de jeunes entreprises.
7. L'ouverture du marché interne : Le degré selon lequel les accords commerciaux en vigueur empêchent les nouvelles et les jeunes entreprises de faire compétition aux entreprises, fournisseurs, sous-contractants ou consultants existants. En d'autres mots, cet enjeu concerne le degré de difficulté de se lancer en affaires.
8. L'accès aux infrastructures physiques : L'accessibilité aux ressources physiques (communication, services publics, transport, terrain ou espace locatif) et à un prix ne discriminant pas les nouvelles ou les jeunes entreprises.
9. Les normes culturelles et sociales : Le degré selon lequel les normes sociales et culturelles existantes encouragent (ou ne découragent pas) les actions individuelles pouvant mener à de nouvelles façons de poursuivre des activités économiques ou d'affaires et, en retour, participer à une meilleure distribution des richesses et des ressources.

L'entrepreneuriat, selon la conception de GEM, est un processus qui consiste à identifier, évaluer et exploiter des opportunités d'affaires. L'exploitation d'opportunités conduit le plus souvent à la création d'une nouvelle entreprise.

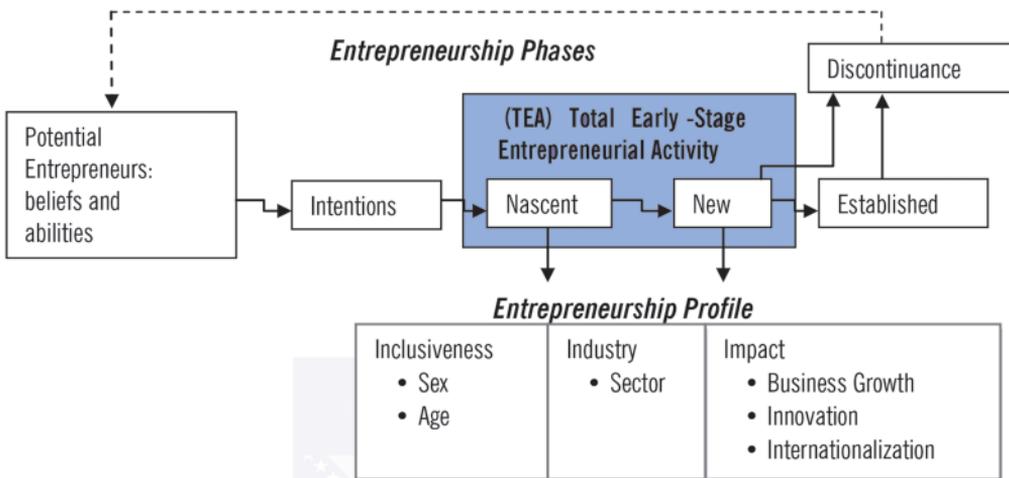
Ainsi et contrairement à la plupart des autres études sur l'entrepreneuriat, le projet GEM n'effectue pas ses mesures au niveau de l'entreprise, mais à celui de l'individu. GEM examine le rôle, le comportement de l'individu par rapport aux attitudes, activités

et ambitions entrepreneuriales. Les nouvelles entreprises sont créées par des individus qui déterminent les comportements et les orientations entrepreneuriales des entreprises établies.

Pour prendre en compte l'ensemble du phénomène d'entrepreneuriat, l'étude GEM intègre les variables suivantes (voir figure 2) :

- Les entrepreneurs dans des entreprises émergentes (nascent entrepreneurs). Ce sont les personnes travaillant sur des projets d'entreprises en gestation. Diverses actions concrètes sont menées durant cette phase, telle la rédaction d'un plan d'affaires, le développement d'un prototype, le dépôt d'un brevet, la recherche de capitaux, ou encore des contacts avec des clients potentiels.
- Les entrepreneurs dans des entreprises nouvelles (new business owner-managers). Ce sont les propriétaires dirigeants d'entreprises qui ont payé des salaires depuis moins de trois ans et demi au moment de l'enquête.
- Le taux d'activité entrepreneuriale (TAE) (Total Entrepreneurial Activity, TEA). Les indicateurs d'entrepreneurs émergents et nouveaux représentent deux mesures importantes, mais distinctes de l'entrepreneuriat. En les additionnant, on obtient le TAE qui constitue un excellent indicateur de l'activité entrepreneuriale au sens large.
- Les entrepreneurs dans des entreprises établies (established business owner). Ce sont les propriétaires dirigeants d'entreprises qui ont payé des salaires depuis plus de trois ans et demi, au moment de l'enquête. Cette catégorie regroupe une vaste catégorie d'entrepreneurs allant de l'indépendant travaillant seul à son compte au patron de PME, en passant par les propriétaires dirigeants d'entreprises familiales.

Figure 2 - The Entrepreneurship Process and GEM Operational Definitions



Phases

GEM represents entrepreneurship as occurring in phases. Because the conditions impacting entrepreneurship in different societies are diverse, complex, and interdependent, it is difficult to state that one phase necessarily leads to another. For example, a society with many potential entrepreneurs may have a low rate of entrepreneurial activity due to particular environmental constraints. Consequently, the arrow connecting the phases is uneven to remind us that the relationship is not definitive.

It is therefore important to focus, not just on one single indicator, but to look at patterns across the phases in order to assess the state of entrepreneurship for an economy. For example, an economy with a low number of established business owners may also have few individuals starting new businesses and therefore a low supply of entrepreneurs that could otherwise become business owners. At the same time, a lot of startup activity accompanied by a relatively low number of established businesses could point to either a lack of sustainability of these startups or environmental constraints that make it difficult to stay in business over time.

The phases identified in Figure 2 start out with potential entrepreneurs: those that see opportunities in their area and believe they have the capabilities to start businesses. Other beliefs include the extent they are undeterred by fear of failure when they recognize opportunities. In addition, the broader society can influence entrepreneurship with perceptions about entrepreneurship as a career choice, the status of entrepreneurs in society and how they are represented in the media.

The cycle continues as intent to start a business is followed by nascent activity, represented as those in the process of starting a business less than three months old. New business owners are former nascent entrepreneurs, who have been in business more than three months, but less than three and a half years. Together, nascent and new entrepreneurs compose total early-stage entrepreneurial activity (TEA).

Additional phases include established business ownership as well as business discontinuation, which can supply society with experienced entrepreneurs that may go on to start another business or to use their expertise and resources to benefit entrepreneurs in some way (by financing, advising, or other forms of support).

L'enquête auprès de la population adulte

Cadre d'échantillonnage :

L'enquête entrepreneuriat s'adresse à la population adulte qui réside dans le pays et qui est âgée entre 18-64 ans. Le cadre retenu pour atteindre cette population est le recensement de la population. Le recensement 2008 a été retenu comme base de référence. Il est important de relever que certaines catégories de personne ont été exclues de l'échantillon parce qu'elles sont soit en déplacement pour une longue durée ou bien parce qu'elles n'ont pas de domicile fixe «immigrés».

Taille de l'échantillon :

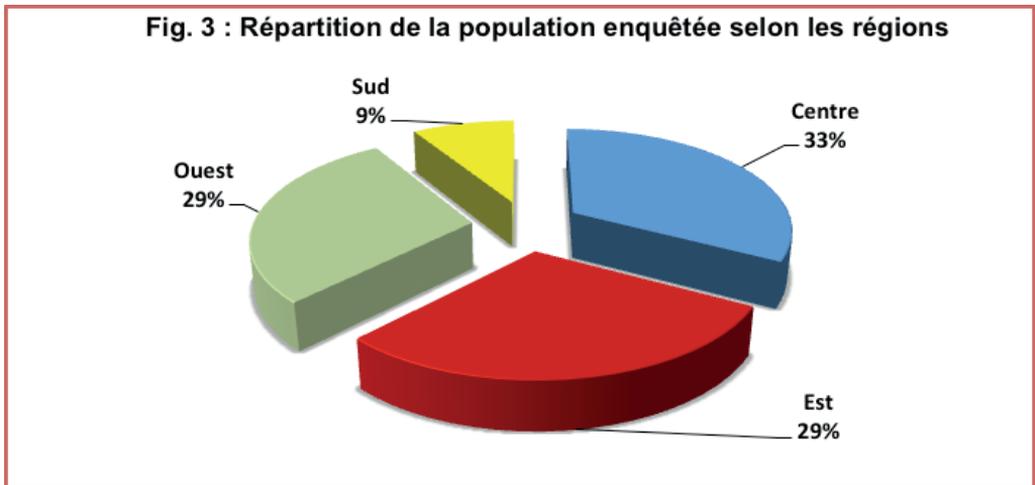
Sur la base d'un protocole arrêté en concertation avec le consortium GEM, il est déterminé un échantillon de plus de 2.000 personnes par pays. Pour l'enquête Algérie 2011, l'équipe a retenu un échantillon de 3.500 personnes âgées entre 18 et 64 ans.

Composition de l'échantillon :

Pour la composition de l'échantillon d'enquête, une stratification à plusieurs degrés a été constituée. L'ensemble du processus se décompose comme suit :

Echantillon par région

Stratification régionale : le territoire algérien a été décomposé en quatre grandes régions ou strates. Ouest, Centre, Est et Sud. Pour chacune des régions du pays, nous avons arrêté un nombre de trois à quatre sous-régions ou wilayas, Ouest : 05 wilayas Oran, Tlemcen, Sidi Bel Abbès, Mascara et Relizane comprenant plus de 989 personnes adultes, soit 29% de l'échantillon. La région Centre 03 wilayas, Alger, Tizi Ouzou et Blida comprenant plus de 1125 personnes adultes, soit 33% de l'échantillon. La région Est 05 wilayas Constantine Sétif, Bejaia, Bordj Bou-Arréridj et Annaba comprenant plus de 1.010 personnes adultes, soit une proportion de 29%. La région du Sud : 03 wilayas comprenant 303 personnes adultes, soit une proportion de 9% de l'échantillon d'enquête.



Echantillon par wilaya d'enquête

Stratification par wilaya (sous-région). Les wilayas d'enquête sélectionnées dans le cadre de l'échantillon ont été retenues sur la base de trois critères, la concentration de la population, la concentration des PME et la dynamique de création d'entreprise. Dans chacune des wilayas, un nombre de personnes à interroger a été déterminé en fonction de la taille de la population.

Tableau 21 : Echantillon prévu/échantillon réalisé

Wilaya	Echantillon prévu	Echantillon réalisé	Ecart
Alger	661	657	99,39
Blida	217	206	94,93
Tizi Ouzou	258	257	99,61
Bejaia	206	212	102,91
Sétif	331	329	99,40
Bordj Bou Arreridj	127	117	92,13
Constantine	202	211	104,46
Annaba	146	147	100,68
Oran	317	316	99,68
Mascara	166	166	100
Relizane	155	155	100
Sidi Bel Abbes	195	156	80,00
Tlemcen	204	195	95,59
Ouargla	106	100	94,34
Biskra	140	134	95,71
Ghardaïa	69	69	100
Total	3 500	3 427	97,91

Echantillon par commune

Stratification par communes d'enquête. Ne pouvant couvrir l'ensemble des communes des wilayas, le nombre de communes sélectionnées est basé sur les critères suivants, taille de la population (nombre d'habitants) de la commune, le critère de distinction entre commune urbaine et commune rurale, et commune chef-lieu et commune périphérique. De cette façon, certaines communes de grande taille et certaines communes de petite taille seront représentées dans l'échantillon.

Tableau 22 : Echantillon par commune

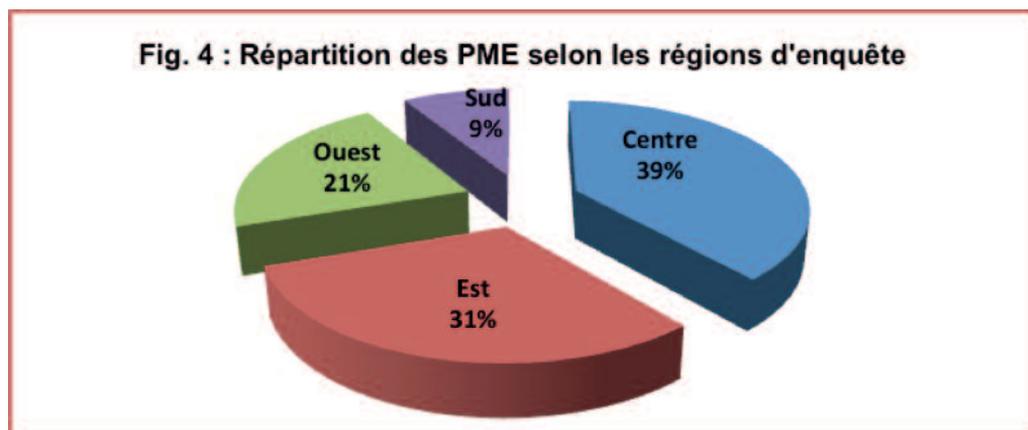
Wilaya	Commune	Effectifs	Pourcentage
Alger	Sidi M'hamed	111	3,24
	Hussein Dey	74	2,16
	Rais-Hamidou	21	0,61
	Eucalyptus	81	2,36
	Sehaoula	25	0,73
	Bab Ezzouar	137	4
	Bordj El-Kiffan	128	3,74
	Ouled Fayet	30	0,88
	Tessala	20	0,58
	Rouiba	36	1,05
	Blida	Blida	98
Bouarfa		15	0,44
Ouled Aich		47	1,37
Ain Roumana		7	0,2
Meftah		37	1,08
Tizi Ouzou	Tizi Ouzou	127	3,71
	Draa El Mizan	42	1,23
	Azazga	51	1,49
	Boghni	38	1,11
Bejaia	Bejaia	158	4,61
	Akbou	29	0,85
	Tifra	12	0,35
	Aokas	12	0,35
Constantine	Constantine	139	4,06
	El Khroub	47	1,37
	Zighoud Youcef	8	0,23
	Didouche Mourad	12	0,35
Annaba	Annaba	126	3,68
	Berrahal	21	0,61
Biskra	Biskra	134	3,91
Ouargla	Ouargla	100	2,92

Wilaya	Commune	Effectifs	Pourcentage
Sétif	Sétif	196	5,72
	Ain Arnat	24	0,7
	El Eulma	71	2,07
	Ain El kbira	19	0,55
	Hammam Guergour	9	0,26
	Djemila	10	0,29
Bordj Bou Arréridj	Bordj Bou Arréridj	110	3,21
	Ain Taghrout	7	0,2
Mascara	Mascara	89	2,6
	Bouhnia	17	0,5
	Mohamadia	60	1,75
Relizane	Relizane	107	3,12
	Merdja Sidi Abed	4	0,12
	Oued Rhiau	44	1,28
Tlemcen	Tlemcen	128	3,74
	Mansourah	44	1,28
	Ouled Mimoun	20	0,58
	Hennaya	3	0,09
Sid Bel Abbes	Sidi Bel Abbes	128	3,74
	Ben Badis	13	0,38
	Telagh	15	0,44
Oran	Oran	250	7,3
	Es-Sénia	28	0,82
	Bir El-Djir	27	0,79
	Gdyel	12	0,42
Ghardaia	Ghardaia	69	2,01
Total		3 427	100

Densité moyenne des PME par région d'enquête :

Ces régions ou wilayas d'enquête se répartissent comme suit, cinq (05) régions à l'Ouest du pays (Oran, Mascara, Relizane, Sid Bel Abbès et Tlemcen) comprenant plus de 42.726 PME. Les régions du centre (Alger, Tizi Ouzou et Blida) comprenant 76.805 PME. Cinq régions de l'Est du pays (Bejaia, Bordj Bou Arreridj, Sétif, Constantine et Annaba) comprenant 61.667 PME. Et enfin, trois régions du Sud du pays (Biskra, Ouargla et Ghardaïa) comprenant plus de 17.363 PME. Ces régions concentrent dans leurs territoires plus de 70% de la population globale du pays et captaient en 2008 plus de 65% du parc national des PME.

Huit (08) parmi ces régions de l'échantillon, occupaient les premiers rangs du classement «Top 10» des wilayas qui enregistrent le plus grand nombre de création d'entreprises.



La densité moyenne pour mille habitants est de 12,19 au niveau de l'ensemble des PME de l'échantillon. Elle varie entre 14,47 entreprises pour 1.000 habitants à Alger à environ 6,75 entreprises pour 1.000 habitants à Biskra.

Tableau 23 : Densité des PME selon les wilayas d'enquête

Wilaya	Population	Nombre PME (2010)	Densité PME pour 1.000 hab (Entreprises/population)
Alger	2 989 710	43 265	14,47
Blida	927 412	12 059	13
Tizi ousou	1 274 312	21 481	16,86
Bejaia	993 485	16 695	16,8
Sétif	1 566 573	16 096	10,27
Bordj Bou Arreridj	670 131	7 587	11,32
Constantine	950 601	11 781	12,39
Annaba	644 544	9 508	14,75
Oran	1 442 081	17 323	12,01
Mascara	791 820	6 057	7,65
Relizane	754 043	5 413	7,18
Sidi Bel Abbes	619 372	6 419	10,36
Tlemcen	990 465	7 514	7,59
Biskra	723 780	4 889	6,75
Ouargla	574 140	6 020	10,49
Ghardaia	382 743	6 454	16,86
Total	16 295 212	198 561	12,19

Sélection des personnes au sein des communes :

L'étape qui suit correspond au choix des personnes dans chaque commune. Pour s'assurer de la représentativité de l'échantillon, la méthode du «Next birthday» a été retenue. Pour la sélection des personnes dans le ménage, la règle suivante a été fixée : la personne de référence 18-64 ans correspond à la personne dont la date d'anniversaire est la plus proche après la date de visite de l'enquêteur. Au cas où cette personne est absente pour une longue durée, elle est remplacée systématiquement par une autre personne âgée entre 18-64 ans et dont la date d'anniversaire est la plus proche. Le remplacement ne s'effectue pas d'une manière arbitraire, mais doit obéir aux critères suivants : la personne doit disposer des mêmes caractéristiques, appartient au même secteur statistique, correspond à la tranche d'âge retenue par l'enquête et la date d'anniversaire doit coïncider avec la période d'enquête.

Le questionnaire :

Le même questionnaire est utilisé par toutes les équipes qui participent au projet GEM. L'enquête 2011 a été réalisée au niveau de 55 pays. Le travail de terrain (l'enquête) est mené durant la même période mai - juillet. L'objectif d'administrer le même questionnaire vise à permettre en output l'harmonisation de la base, produire la même statistique (TEA) et faciliter le benchmarking entre les différents pays participants à l'enquête.

Passation du questionnaire :

La méthode de passation du questionnaire retenue par l'équipe algérienne est le «face-to-face». La personne sélectionnée est interviewée par l'enquêteur durant une période qui varie entre 35 et 50 minutes. La participation à l'enquête GEM n'est pas obligatoire. La personne peut refuser de participer ; dans ce cas, elle est remplacée par une autre ayant les mêmes caractéristiques.

Contrôle qualité :

Au cours de l'enquête de terrain, une procédure a été retenue pour assurer un contrôle de qualité du travail. Ce contrôle consiste à vérifier auprès des ménages où la personne a été interrogée la manière dont l'enquêteur a procédé pour réaliser l'entretien «face to face». Un contrôle, a posteriori, est mené pour vérifier la cohérence globale de la qualité des données collectées. Le fichier d'enquête est ensuite transmis au consortium GEM pour contrôle, traitement de la cohérence et codification des données pour l'harmonisation de la base en vue d'un usage identique par toutes les équipes nationales.

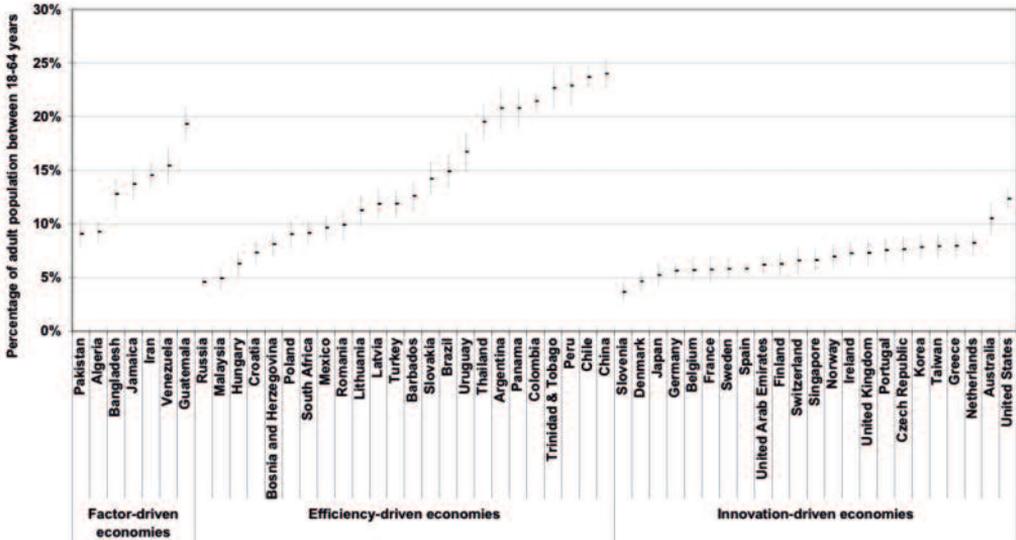
Résultats de l'enquête GEM

a. Comparaison internationale de l'activité entrepreneuriale

En 2011, le nombre de pays participants au projet GEM a atteint 54 pays. Ces derniers présentent une forte différence en termes de développement économique, raison pour laquelle ces pays sont groupés dans trois phases de développement économique, les économies mues par les facteurs, l'efficacité et l'innovation. Le premier groupe (les économies basées sur les facteurs) est composé de pays à faible puissance économique. La croissance de ces pays découle, principalement, par l'utilisation des facteurs de production primaire (terres, gisements de matières premières, main-d'œuvre peu qualifiée). La croissance économique du deuxième groupe (les économies basées sur l'efficacité) est basée sur l'augmentation de l'efficacité qui est assez souvent obtenue par les investissements directs étrangers. Les pays du troisième groupe (les économies basées sur l'innovation), se caractérisent par de gros investissements dans le domaine de la formation et la recherche et développement.

L'Algérie fait partie du groupe des économies mues par les facteurs, sa croissance économique repose, principalement, sur les matières premières telles que les ressources énergétiques et les hydrocarbures. L'étude GEM procède, annuellement et d'une manière systématique, à la mesure de l'activité entrepreneuriale en focalisant l'analyse sur les entrepreneurs en phase de gestation de leur projet et les entrepreneurs qui créent leurs entreprises. Deux indicateurs sont utilisés pour capter ce processus de création d'entreprises, le taux d'entrepreneurs émergents et le taux d'entrepreneurs nouveaux. Le taux des entrepreneurs émergents couvre la phase où l'entrepreneur est sur le point de créer son entreprise. Le taux des entrepreneurs nouveaux englobe les entrepreneurs qui ont créé leurs entreprises et distribué des salaires depuis moins de trois ans et demi au moment de l'enquête. Le taux d'activité entrepreneuriale (TEA) représente donc la combinaison du taux d'entrepreneurs émergents et du taux d'entrepreneurs nouveaux.

Fig. 5 : Activité entrepreneuriale dans les 54 pays du GEM 2011, par phases économiques de développement avec un intervalle de confiance de 95%



Source : GEM 2011 Adult Population Survey

Tableau 24 : Activité entrepreneuriale dans les 54 pays du GEM, par phase de développement économique

	Nascent entrepreneurship rate	New business ownership rate	Early-stage entrepreneurial activity (TEA)	Established business ownership rate	Discontinuation of businesses	Necessity-driven (% of TEA)	Improvement-driven opportunity (% of TEA)
Factor-driven economies							
Algeria	5.5	4.2	9.7	3.8	9.5	38,7	61
Bangladesh	7.1	7.1	12.8	11.6	2.5	27	50
Guatemala	11.8	9.1	19.3	2.5	3.8	33	33
Iran	10.8	3.9	14.5	11.2	6.4	53	32
Jamaica	9.0	5.0	13.7	5.1	12.7	33	40
Pakistan	7.5	1.7	9.1	4.1	1.6	47	25
Venezuela	13.1	2.6	15.4	1.6	3.2	29	43
<i>average (unweighted)</i>	9.2	4.8	13.4	5.6	5.7	37	38
Efficiency-driven economies							
Argentina	11.8	9.2	20.8	11.8	4.3	33	45
Barbados	10.8	1.8	12.6	4.2	5.5	5	58
Bosnia and Herzegovina	5.4	2.8	8.1	5.0	6.7	61	22
Brazil	4.1	11.0	14.9	12.2	3.8	31	45
Chile	14.6	9.6	23.7	7.0	6.8	27	54
China	10.1	14.2	24.0	12.7	5.3	41	29
Colombia	15.2	6.7	21.4	7.5	6.0	25	30
Croatia	5.3	2.1	7.3	4.2	3.6	35	31
Hungary	4.8	1.6	6.3	2.0	2.3	31	29
Latvia	6.8	5.3	11.9	5.7	3.0	26	46
Lithuania	6.4	5.0	11.3	6.3	2.9	28	47
Malaysia	2.5	2.5	4.9	5.2	2.6	10	72
Mexico	5.7	4.0	9.6	3.0	5.0	19	55
Panama	12.0	9.1	20.8	6.0	2.1	27	40
Peru	17.9	5.4	22.9	5.7	5.1	22	52
Poland	6.0	3.1	9.0	5.0	4.2	48	32
Romania	5.6	4.5	9.9	4.6	3.9	41	34
Russia	2.4	2.3	4.6	2.8	1.5	27	42
Slovakia	9.2	5.3	14.2	9.6	7.0	28	34
South Africa	5.2	4.0	9.1	2.3	5.6	35	39
Thailand	8.3	12.2	19.5	30.1	4.5	19	67
Trinidad & Tobago	13.9	9.3	22.7	6.9	3.9	15	44
Turkey	6.3	6.0	11.9	8.0	3.9	32	45
Uruguay	11.0	6.0	16.7	5.9	4.3	11	10
<i>average (unweighted)</i>	8.4	5.9	14.1	7.2	4.3	28	42
Innovation-driven economies							
Australia	6.0	4.7	10.5	9.1	4.3	15	73
Belgium	2.7	3.0	5.7	6.8	1.4	10	72
Czech Republic	5.1	2.7	7.6	5.2	2.7	27	57
Denmark	3.1	1.6	4.6	4.9	2.3	7	64
Finland	3.0	3.3	6.3	8.8	2.0	18	59
France	4.1	1.7	5.7	2.4	2.2	15	71
Germany	3.4	2.4	5.6	5.6	1.8	19	55
Greece	4.4	3.7	8.0	15.8	3.0	25	37
Ireland	4.3	3.1	7.2	8.0	3.4	29	37
Japan	3.3	2.0	5.2	8.3	0.7	25	64
Korea Rep.	2.9	5.1	7.8	10.9	3.2	41	36
Netherlands	4.3	4.1	8.2	8.7	2.0	9	62
Norway	3.7	3.3	6.9	6.6	2.5	4	70
Portugal	4.6	3.0	7.5	5.7	2.9	18	58
Singapore	3.8	2.8	6.6	3.3	2.1	16	53
Slovenia	1.9	1.7	3.7	4.8	1.5	12	51
Spain	3.3	2.5	5.8	8.9	2.2	26	39
Sweden	3.5	2.3	5.8	7.0	3.2	6	68
Switzerland	3.7	2.9	6.6	10.1	2.9	11	61
Taiwan	3.6	4.4	7.9	6.3	4.9	17	50
United Arab Emirates	3.7	2.6	6.2	2.7	4.8	14	67
United Kingdom	4.7	2.6	7.3	7.2	2.0	17	46
United States	8.3	4.3	12.3	9.1	4.4	21	59
<i>average (unweighted)</i>	4.0	3.0	6.9	7.2	2.7	18	57

Dans l'enquête GEM 2011, le premier groupe (les économies basées sur les facteurs) composé essentiellement par les pays à faible puissance économique, l'Algérie occupe la sixième place avec un TEA de 9,6 de la population adulte (proportion de personnes âgées entre 18 et 64 ans). En effet, si en Algérie, plus de 13,5% des adultes sont impliqués dans les trois phases du processus entrepreneurial, phase précoce, 5,5% d'adultes essayent activement de démarrer une nouvelle affaire et 4,2% possèdent de

nouvelles affaires de moins de 42 mois et une proportion très faible dans les entreprises établies 3,8%. A contrario, l'Algérie enregistre un taux relativement élevé (9,5%) de discontinuité d'affaires entrepreneuriales.

Si l'on compare l'Algérie avec les pays arabes (Emirats arabes unies) et de la région d'Asie (Turquie et l'Iran) qui ont participé au projet GEM 2011, on relève, en Iran plus de 25,7% de personnes impliquées dans les trois phases entrepreneuriales. En seconde position, la Turquie avec 19,9% de personnes dans les trois phases entrepreneuriales. L'Algérie occupe la troisième place avec 13,5% de personnes impliquées dans les trois phases d'entrepreneuriat et en dernière position, les Emirats arabes unies avec un taux de 8,9% de personnes impliquées dans les trois phases entrepreneuriales.

Tableau 25 : Activité entrepreneuriale dans les 4 pays de la région MENA et Asie qui ont participé au projet GEM, par phase de développement économique

	Nascent entrepreneurship rate	New business ownership rate	Early-stage entrepreneurial activity (TEA)	Established business ownership rate	Discontinuation of businesses	Necessity-driven (% of TEA)	Improvement-driven opportunity (% of TEA)
Algeria	5.5	4.2	9.7	3.8	9.5	38,7	61
Iran	10.8	3.9	14.5	11.2	6.4	53	32
Turkey	6.3	6.0	11.9	8.0	3.9	32	45
United Arab Emirates	3.7	2.6	6.2	2.7	4.8	14	67

La position de l'Algérie par rapport au pays de la région méditerranéenne qui a participé à l'enquête GEM 2011, à savoir La Bosnie-Herzégovine, la Croatie, la Turquie, la France, la Grèce et l'Espagne, montre un TEA relativement important, deuxième position après la Turquie. L'Algérie se caractérise par rapport aux pays de la région méditerranéenne par deux phénomènes importants dans le processus entrepreneurial. Il s'agit d'abord, du taux relativement élevé de discontinuité des entreprises, mais aussi le taux faible d'entrepreneuriat établi. Les TEA les plus faibles dans la région Méditerranée sont enregistrés par les pays affectés par la crise économique la Grèce, l'Espagne et la France.

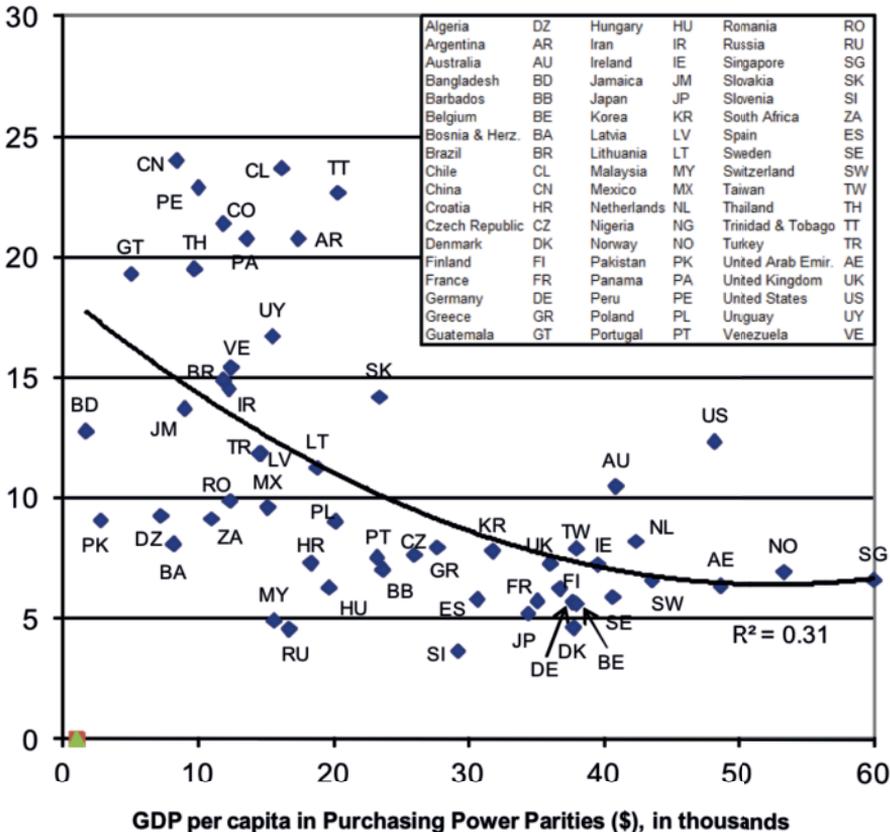
Tableau 26 : Activité entrepreneuriale dans les 07 pays de la région Méditerranéenne qui ont participé au projet GEM, par phase de développement économique

	Nascent entrepreneurship rate	New business ownership rate	Early-stage entrepreneurial activity (TEA)	Established business ownership rate	Discontinuation of businesses	Necessity-driven (% of TEA)	Improvement-driven opportunity (% of TEA)
Algeria	5.5	4.2	9.7	3.8	9.5	38,7	61
Bosnia and Herzegovina	5.4	2.8	8.1	5.0	6.7	61	22
Croatia	5.3	2.1	7.3	4.2	3.6	35	31
Turkey	6.3	6.0	11.9	8.0	3.9	32	45
France	4.1	1.7	5.7	2.4	2.2	15	71
Greece	4.4	3.7	8.0	15.8	3.0	25	37
Spain	3.3	2.5	5.8	8.9	2.2	26	39

b. L'importance de l'entrepreneuriat dans le développement économique

Le projet GEM introduit un indicateur de comparaison internationale construit autour de la relation entre le développement économique et l'entrepreneuriat. L'approche adoptée consiste à rapprocher un indicateur macroéconomique du développement économique exprimé en termes de produit intérieur brut (PIB) par habitant à parité pouvoir d'achat et la mesure de l'entrepreneuriat mesuré en termes de taux d'activité entrepreneuriale. Le projet GEM trace une vue d'ensemble du processus entrepreneurial, c'est-à-dire la mesure de l'action entrepreneuriale au stade précoce de la création d'entreprises «démarrage ou émergente», le stade de consolidation et de la gestion de «l'entreprise nouvelle» créée de moins de 42 mois et enfin, le troisième stade le plus important, car il concerne la phase de consolidation de l'entreprise «l'entreprise établie» qui a survécu plus de 42 mois après sa création. Comme le montre la ligne de tendance présentée dans le Rapport mondial GEM 2011, le PIB par habitant et le niveau d'activité entrepreneuriale. En Algérie, malgré un PIB par habitant bas (moins de 10.000\$ en parité du pouvoir d'achat), l'activité entrepreneuriale est, par contre, relativement élevée, elle traduit les efforts, déployés ces dernières années, par le gouvernement algérien dans son programme de relance de la croissance économique (gros projets d'infrastructure, soutien à la réhabilitation de l'outil industriel, etc.).

Fig. 6 : TEA et per capita GDP 2011



Enquête GEM 2011, nature de l'activité entrepreneuriale

a. Caractéristiques de l'entrepreneuriat (entrepreneuriat de nécessité ou d'opportunité)

Pour comprendre une dynamique économique d'un pays, il est important de focaliser l'analyse sur les motivations des entrepreneurs à entreprendre des affaires. D'une manière générale, il existe deux grandes figures qui traduisent les motivations de l'entrepreneur : d'une part, il y a ceux qui forgent des comportements «d'opportunismes» pour exploiter des opportunités pour monter des affaires et d'autre part, il y a ceux qui se trouvent dans des situations de vulnérabilité sociale et parce que les perspectives qui s'offrent à eux pour entreprendre ne sont pas très favorables, ils se lancent dans la voie de l'entrepreneuriat par nécessité. Lorsqu'on fait un focus sur les caractéristiques des entrepreneurs algériens, on est rapidement frappé par la singularité qui apparaît de la comparaison des motivations principales pour entreprendre. 46% des entrepreneurs disent avoir monté une affaire pour profiter des opportunités contre seulement 37% par nécessité.

b. Un entrepreneuriat de nécessité ou d'opportunité : une comparaison internationale

Il est intéressant de comprendre la nature de la corrélation qui existe entre le ratio des entrepreneurs qui créent leurs entreprises par nécessité et ceux qui créent leurs entreprises par opportunité. Aujourd'hui, c'est presque une évidence que les entrepreneurs, qui bénéficient d'un environnement favorable pour la création d'entreprises, lorsqu'ils sont aidés et accompagnés, ont plus de chance de réussir leurs projets et donc, augmentent leurs chances de survie sur le marché, comparativement aux entrepreneurs qui, ne bénéficiant d'aucun encadrement et d'aucune aide, ne peuvent se retrouver que dans des positions plus vulnérables et leurs chances de survie sur le marché sont généralement réduites.

En Algérie, le ratio de transition TEA opportunité par rapport au TEA nécessité indique un ratio de 1,24 en faveur de l'opportunité, cela veut dire que la part des entreprises créées est le fait d'entrepreneurs qui ont détecté des opportunités sur le marché. D'une manière générale et, selon les principes théoriques, les entrepreneurs qui créent des entreprises, selon une logique d'opportunité, auront plus de chances de traverser les trois phases du processus entrepreneurial et s'installer dans la durée. Les chances de mortalité ou de discontinuité d'entreprises créées par opportunité sont deux fois plus faibles que les entreprises créées par nécessité. Il est, également, indiqué que les entreprises créées par nécessité se caractérisent par un faible niveau d'innovation et de croissance.

Tableau 27 : Les motivations de l'activité entrepreneuriale (Ratio de transition opportunité/nécessité) dans les 54 pays du GEM, par phase de développement

	Necessity-driven (% of TEA)	Improvement- driven opportunity (% of TEA)	Ratio opportunité sur nécessité
Factor-driven economies			
Algeria	38,7	61	1,58
Bangladesh	27	50	1,85
Guatemala	33	33	1
Iran	53	32	0,6
Jamaica	33	40	1,21
Pakistan	47	25	0,53
Venezuela	29	43	1,48
<i>average (unweighted)</i>	37	38	1,03
Efficiency-driven economies			
Argentina	33	45	1,36
Barbados	5	58	11,6
Bosnia and Herzegovina	61	22	0,36
Brazil	31	45	1,45
Chile	27	54	2
China	41	29	0,71
Colombia	25	30	1,2
Croatia	35	31	0,89
Hungary	31	29	0,94
Latvia	26	46	1,77
Lithuania	28	47	1,68
Malaysia	10	72	7,2
Mexico	19	55	2,89
Panama	27	40	1,48
Peru	22	52	2,36
Poland	48	32	0,67
Romania	41	34	0,83
Russia	27	42	1,56
Slovakia	28	34	1,21
South Africa	35	39	1,11
Thailand	19	67	3,53
Trinidad & Tobago	15	44	2,93
Turkey	32	45	1,41
Uruguay	11	10	0,91
<i>average (unweighted)</i>	28	42	1,5

	Necessity-driven (% of TEA)	Improvement- driven opportunity (% of TEA)	Ratio opportunité sur nécessité
Innovation-driven economies			
Australia	15	73	4,87
Belgium	10	72	7,2
Czech Republic	27	57	2,11
Denmark	7	64	9,14
Finland	18	59	3,28
France	15	71	4,73
Germany	19	55	2,89
Greece	25	37	1,48
Ireland	29	37	1,28
Japan	25	64	2,56
Korea Rep.	41	36	0,88
Netherlands	9	62	6,89
Norway	4	70	17,5
Portugal	18	58	3,22
Singapore	16	53	3,31
Slovenia	12	51	4,25
Spain	26	39	1,5
Sweden	6	68	11,33
Switzerland	11	61	5,55
Taiwan	17	50	2,94
United Arab Emirates	14	67	4,79
United Kingdom	17	46	2,71
United States	21	59	2,81
<i>average (unweighted)</i>	18	57	3,17

Si l'on compare le ratio de transition de l'Algérie par rapport aux pays arabes (Emirats arabes unis) et de la région d'Asie (Turquie et l'Iran) qui ont participé au projet GEM 2011, on relève un ratio de transition très élevé au niveau des Emirats arabes unis. En seconde position on trouve la Turquie avec un taux de transition de 1,41 ; l'Algérie en troisième position avec un taux de transition de 1,58. La dernière position est occupée par l'Iran avec un taux de 0,60. Ce constat indique qu'au niveau des Emirats arabes unis, on crée plus d'entreprises par opportunité contrairement à l'Iran où la création par nécessité est plus élevée.

Tableau 28 : Ratio de transition opportunité nécessité dans les 4 pays de la région MENA et Asie qui ont participé au projet du GEM, par phase de développement économique

	Necessity-driven (% of TEA)	Improvement- driven opportunity (% of TEA)	Ratio de transition opportunité sur nécessité
Algeria	38,7	61	1,58
Iran	53	32	0,6
Turkey	32	45	1,41
United Arab Emirates	14	67	4,79

Concernant le ratio de transition de l'Algérie, par rapport aux pays de la région méditerranéenne qui ont participé à l'enquête GEM 2011, à savoir la Bosnie-Herzégovine, la Croatie, la Turquie, la France, la Grèce et l'Espagne, il est relativement proche de celui enregistré par l'ensemble des pays de la région, hormis la France où le ratio est de 4,73. Les plus faibles ratios de transition opportunité/nécessité sont enregistrés au niveau des pays Croatie et de la Bosnie-Herzégovine. Dans ces deux derniers pays la création d'entreprise par nécessité est relativement importante.

Tableau 29 : Ratio de transition opportunité nécessité dans les 07 pays de la région méditerranéenne qui ont participé au projet GEM, par phase de développement économique

	Necessity- driven (% of TEA)	Improvement- driven opportunity (% of TEA)	Ratio de transition opportunité sur nécessité
Algeria	38,7	61	1,58
Bosnia and Herzegovina	61	22	0,36
Croatia	35	31	0,89
Turkey	32	45	1,41
France	15	71	4,73
Greece	25	37	1,48
Spain	26	39	1,5

Chapitre III : Résultats du modèle GEM pour l'Algérie

TEA corrélé aux indicateurs macro socioéconomiques du développement

La dynamique de l'entrepreneuriat selon les régions⁷

L'analyse par région (wilaya en Algérie) montre une forte diversité de l'activité entrepreneuriale, à travers la diversité des TEA obtenus. La recherche de facteurs explicatifs de cette diversité permet de mieux comprendre la dynamique entrepreneuriale par régions. Parmi les facteurs explicatifs, nous avons privilégié d'abord, les données récentes disponibles, dont le niveau d'éducation qui semble jouer un rôle important dans la détermination du niveau de TEA entre les différents pays.

Les différents paramètres explicatifs du niveau de TEA enregistré par région⁸ :

1. le taux d'accroissement de la population,
2. le taux d'alphabétisation de la population de 10 ans et plus,
3. le taux de scolarisation des enfants de 6 à 15 ans,
4. le taux de la population ayant un niveau d'instruction du secondaire,
5. le taux de la population ayant un niveau d'instruction du supérieur,
6. le taux d'activité de la population de plus de 15 ans.

1. Une forte diversité de l'activité entrepreneuriale entre les régions

On constate une très forte diversité entrepreneuriale entre les différentes régions du pays. Trois régions affichent un taux supérieur à 15%. Si la première région est connue par son dynamisme économique, les deux régions suivantes ne sont pas connues par leur dynamisme économique. Par contre, les régions qui connaissent une forte activité économique semblent enregistrer des TEA faibles, ce qui semble relativement confirmer la règle, selon laquelle le TEA est plus élevé dans les régions les moins développées.

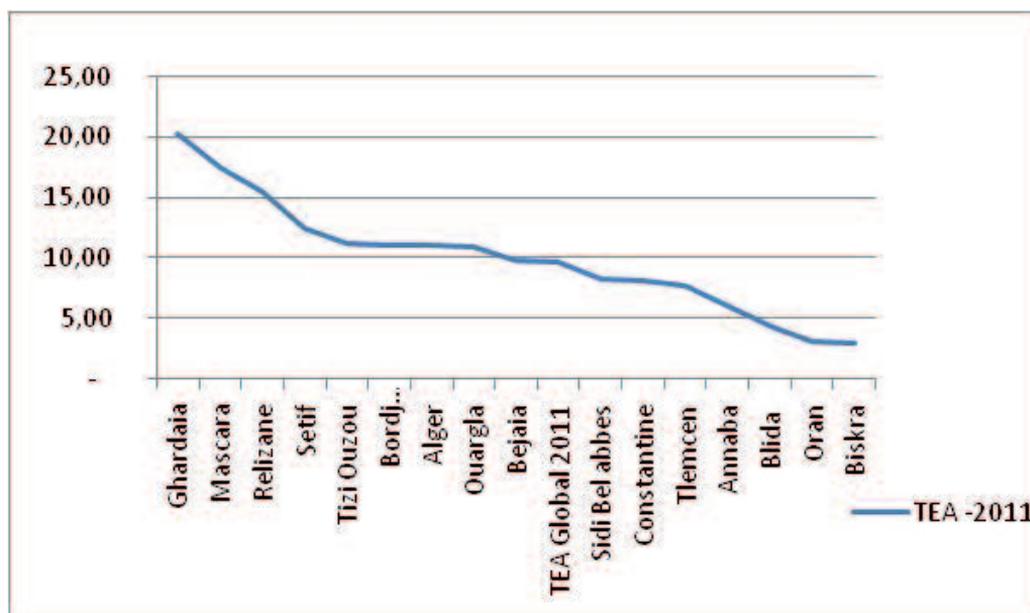
⁷ Les régions correspondent en Algérie aux wilayas qui est un découpage administratif, car dans le langage économique utilisé, région peut signifier aussi un ensemble de wilayas (ainsi parle-t-on, statistiquement, de la région Centre, la région Est, la région Ouest et la région Sud).

⁸ Ces données proviennent des Résultats définitifs du Recensement Général de la population et de l'habitat de 2008, ONS, 2011.

Tableau 30 : TEA par région selon un ordre décroissant

Wilaya	TEA -2011	Wilaya	TEA -2011
Ghardaïa	20,3	TEA Global 2011	9,7
Mascara	17,5	Sidi Bel Abbès	8,3
Relizane	15,5	Constantine	8,1
Sétif	12,5	Tlemcen	7,7
Tizi- Ouzou	11,3	Annaba	6,1
Bordj Bou Arreridj	11,1	Blida	4,4
Alger	11,1	Oran	3,2
Ouargla	11	Biskra	3
Bejaia	9,9		

Graphique 1 : TEA par région selon un ordre décroissant



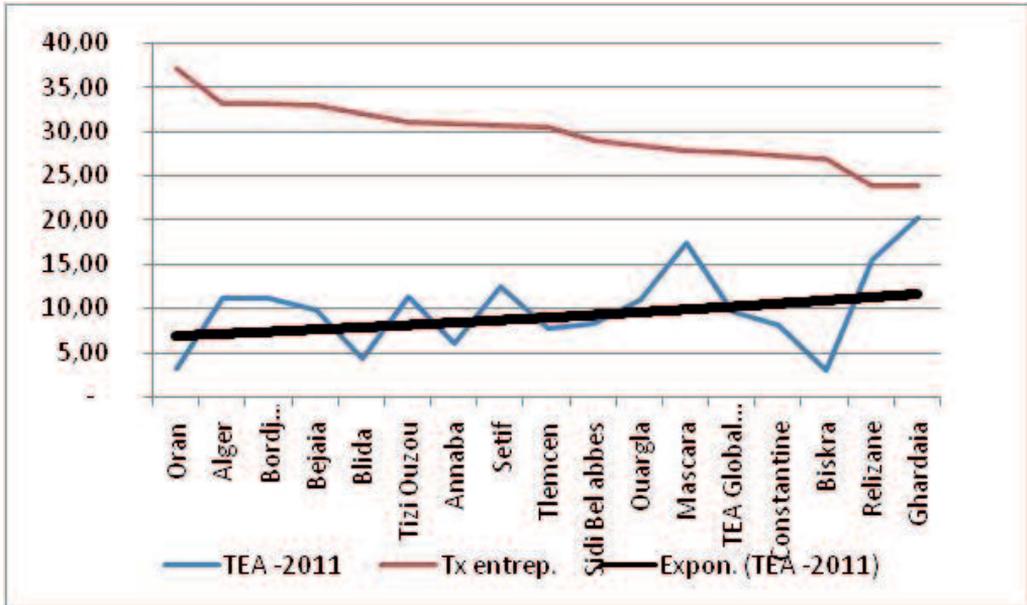
2. Un TEA plus élevé dans les régions moins développées

Récemment, l'Algérie a effectué le premier recensement économique général⁹ de son histoire concernant toutes les activités installées dans le pays, en dehors du secteur agricole et des activités informelles. Par régions, les résultats confirment la distribution des activités déjà connues par le biais de l'enregistrement au Centre national du registre du commerce (CNRC). Mais, le nombre des entités économiques recensées est lar-

⁹ ONS, *Premier recensement économique 2011, Résultats préliminaires de la première phase, janvier 2012.*

gement plus faible que celui qui est simplement enregistré dans les administrations chargées du registre du commerce. A partir de ces résultats, nous avons calculé le taux d'entrepreneuriat réel pour 1.000 habitants par région. Ce taux est, également, très diversifié. La comparaison du TEA avec le taux que nous avons calculé est très instructive. Elle montre que le TEA est plus élevé dans les régions où le taux d'entrepreneuriat est plus faible. Autrement dit, les régions à forte activité économique enregistrent des TEA plus faibles.

Graphique 2 : TEA et taux d'entrepreneuriat par ordre décroissant



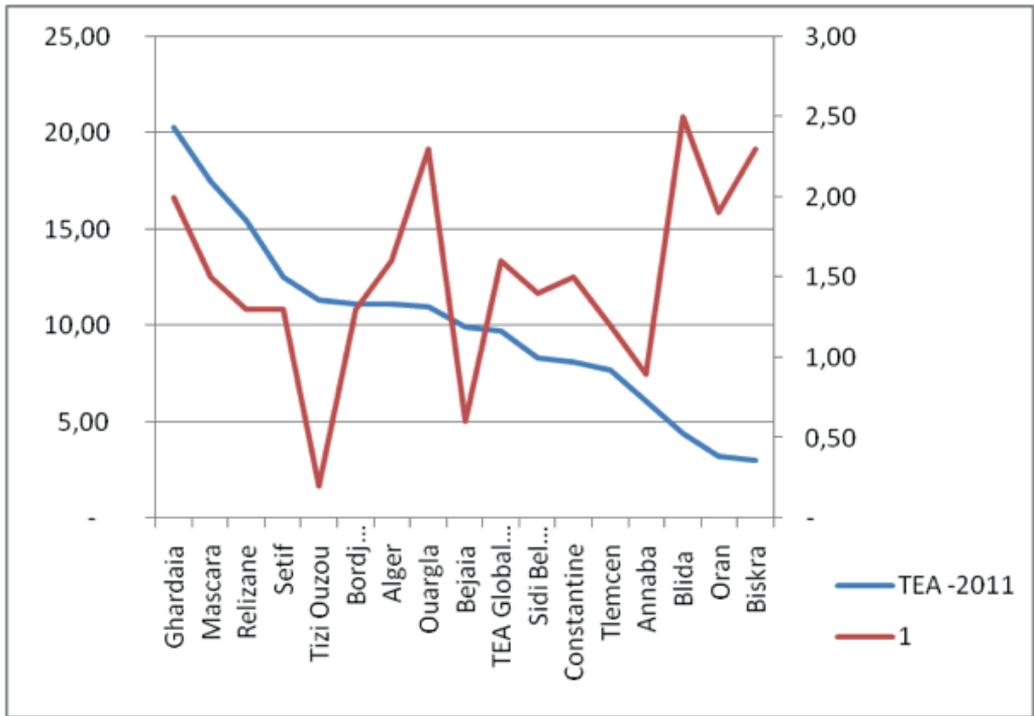
En dehors de ce paramètre (taux d'entrepreneuriat réel calculé sur la base du recensement¹⁰), pour tous les suivants, nous avons recherché la relation entre le TEA et le paramètre sur la base d'un ordre décroissant du TEA.

3. TEA et accroissement de la population

La mise en relation du TEA avec l'accroissement annuel de la population enregistré au cours des dix dernières années (paramètre 1) visait à rechercher une relation entre ces deux paramètres. Autrement dit, la croissance de la population, également très diversifiée d'une région à une autre, explique-t-elle cette diversité du TEA. Apparemment, il y aurait une faible relation entre ces deux paramètres. Certes, dans les trois régions où il y a eu une forte croissance de la population (Blida, Oran, Biskra) les TEA sont les plus faibles. Mais dans les premières régions, en dehors de Ghardaïa, les autres affichent des taux de croissance de la population inférieurs à la moyenne nationale, comme le montre le tableau suivant.

¹⁰ Bouyacoub Ahmed, *Recensement économique, performances et informel ? Le Quotidien d'Oran du 8 mars 2012.*

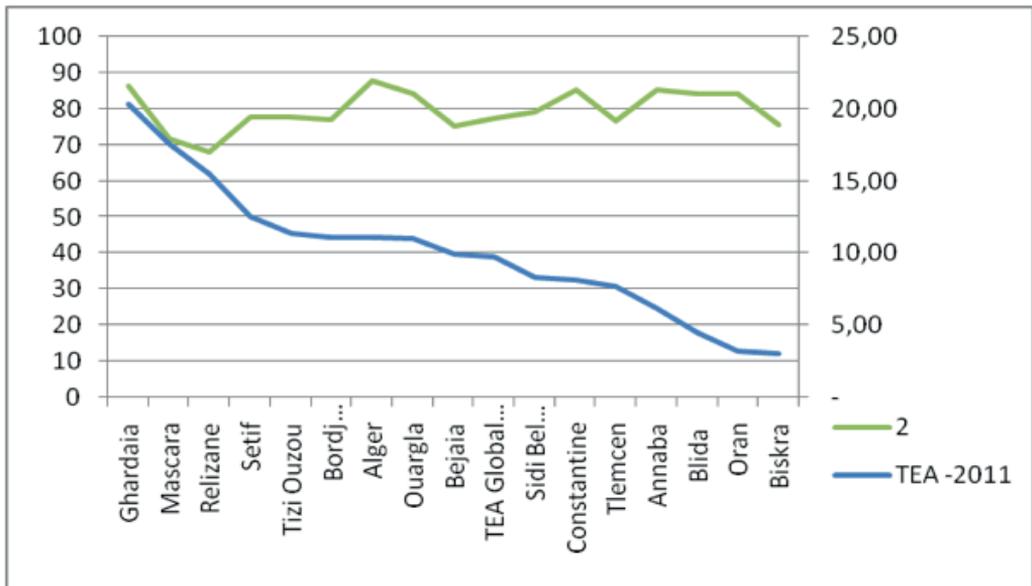
Graphique 3 : TEA et taux d'accroissement de la population



4. TEA et taux d'alphabétisation

Le taux d'alphabétisation de la population, âgée de 10 ans et plus (paramètre 2) est, lui aussi, très diversifié. Il varie entre le plus élevé à Alger (87,7%) et le plus faible à Relizane (68,2%). Les régions comme Mascara et Relizane, bien qu'affichant les taux d'alphabétisation les plus faibles de ce groupe, enregistrent les TEA les plus élevés du groupe.

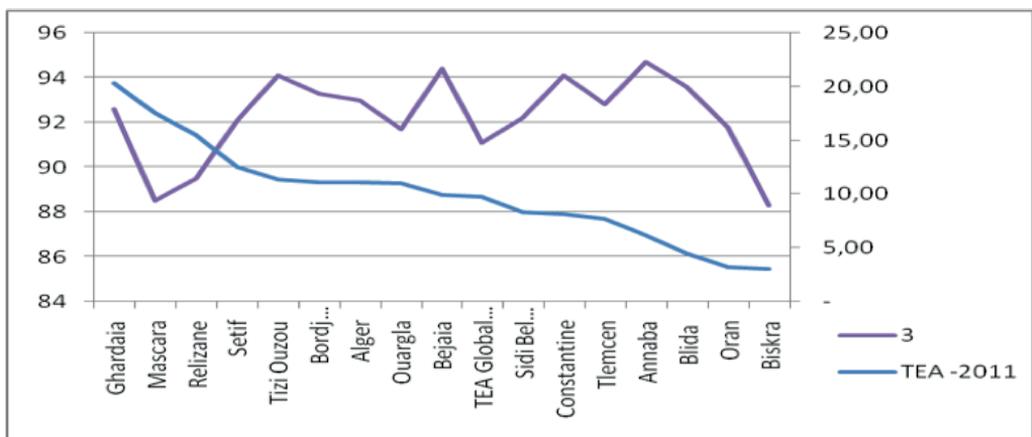
Graphique 4 : TEA et taux d'alphabétisation de la population



5. TEA et taux de scolarisation

Nous avons essayé de rechercher une quelconque relation entre le taux de scolarisation (paramètre 3) des enfants (6-15 ans) et le TEA par région. Le taux de scolarisation est, lui aussi, très différent d'une région à une autre. On pourrait s'attendre à trouver une relation importante entre ces deux taux dans un pays en développement où certaines régions affichent encore de faibles taux de scolarisation des enfants de 6 à 15 ans. On constate presque une relation inverse dans certaines régions qui connaissent les taux de scolarisation élevés, mais enregistrent des TEA faibles comme Annaba et Bejaia, ou l'inverse, quand des régions, affichant les TEA les plus élevés (Mascara, Relizane et Ouargla), sont celles où le taux de scolarisation est le plus faible.

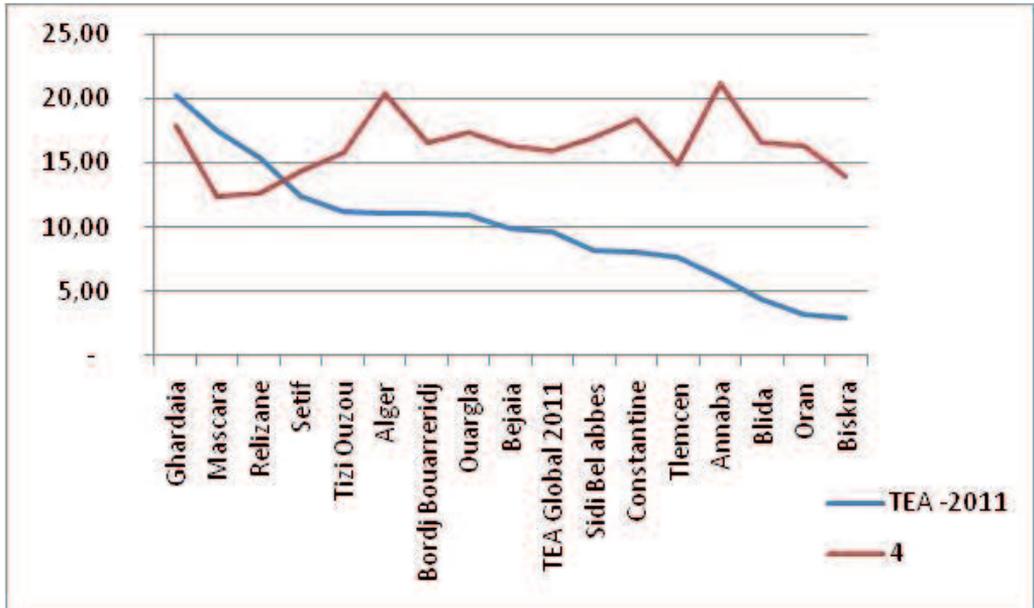
Graphique 5 : TEA et taux de scolarisation



6. TEA et niveau d'instruction secondaire

Par rapport à ce paramètre 4, indiquant le pourcentage de la population ayant un niveau d'instruction du secondaire, le TEA semble être plus élevé dans deux régions où le taux est le plus faible comme Relizane et Mascara. Par contre, Annaba et Alger, enregistrant le taux de niveau secondaire le plus élevé, affichent un TEA parmi les plus faibles.

Graphique 6 : TEA et taux d'instruction secondaire



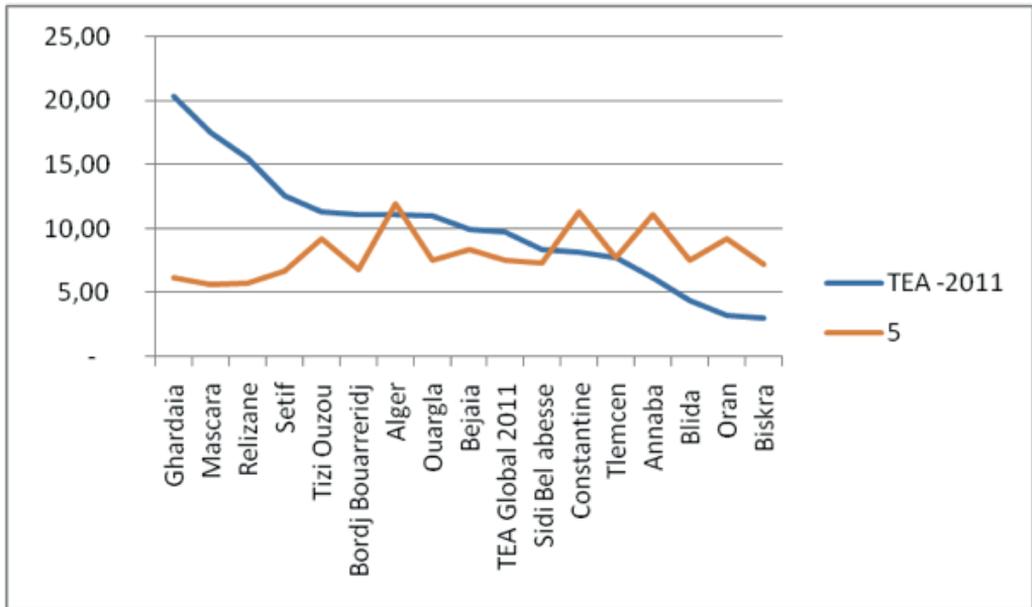
7. TEA et niveau supérieur

En général le TEA croit avec la croissance du niveau d'éducation¹¹. Entre les différents pays, les rapports GEM ont montré que les pays qui affichent des niveaux d'éducation faibles affichent des TEA faibles. Ce constat est-il valable entre les différentes régions d'un pays où le taux de la population ayant un niveau d'instruction supérieur est également très variable ?

Pour les cinq premières régions, la relation est très marquée et semble inverse entre le TEA et le niveau d'éducation supérieur (paramètre 5). Le TEA est plus élevé là où le taux d'éducation supérieur est plus faible. Pour les autres régions, le niveau d'éducation supérieur (au dessus de 7%) ne semble pas jouer un rôle discriminant en matière de TEA.

¹¹ GEM, Rapport régional GEM-MOAN 2009, par le Centre de Recherche pour le Développement International avec la contribution de l'Institut de Recherche des Politiques Economiques Palestiniennes, Décembre 2010.

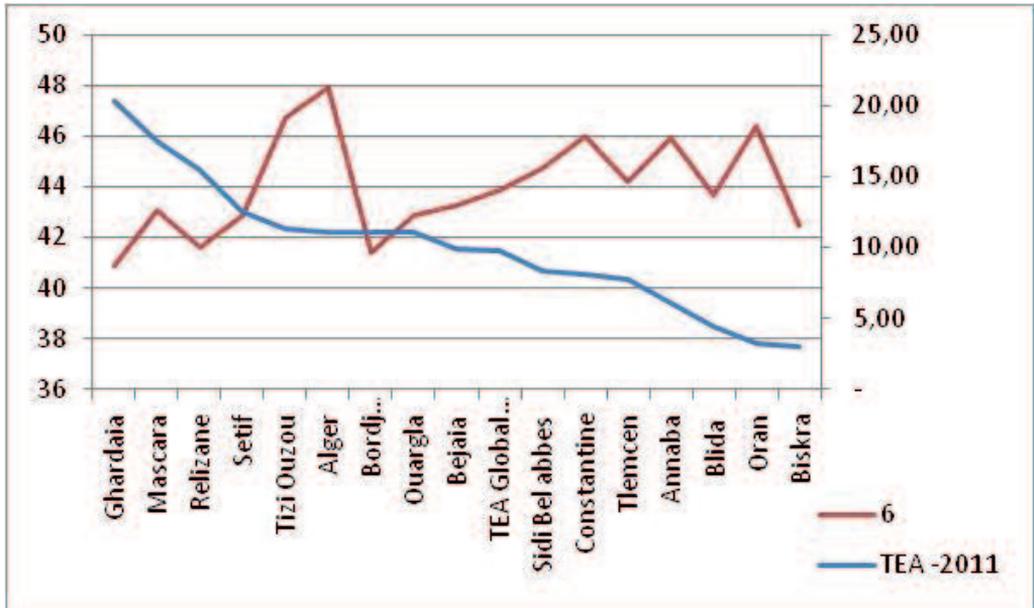
Graphique 7 : TEA et taux d'instruction supérieure



8. TEA et taux d'activité

L'importance de la population active dans le développement de l'entrepreneuriat est certaine dans toutes les études sur cette question. Le taux d'activité dont il s'agit ici est le pourcentage entre le nombre de personnes actives (population active dans chaque région) et le nombre total de personnes ayant 15 ans et plus (paramètre 6). On pourrait s'attendre à un TEA élevé, là où il y a un taux d'activité élevé. Or, les données de ces régions semblent indiquer une tendance inverse. Les régions affichant des taux d'activité les plus élevées, enregistrent des TEA parmi les plus faibles. Est-ce à dire que dans ces régions, il y a plus de possibilité d'emploi et les entrepreneurs potentiels ne se manifestent pas facilement ? Les données du chômage par région ne sont pas disponibles pour affiner l'analyse.

Graphique 8 : TEA et taux d'activité



Conclusion

1. Dans le groupe de régions analysées (16 sur 48), il ne se dégage pas de relations systématiques entre le TEA et un paramètre donné parmi les six choisis.
2. Les régions qui affichent des TEA élevés ne sont pas les anciennes régions connues par leur intense activité économique et concernent des villes moyennes.
3. Des relations importantes entre le TEA et un paramètre donné semblent concerner un groupe de régions plus restreint.
4. Par contre, il semble se dégage une tendance marquée entre un TEA plus élevé dans les régions moins développées (celles qui affichent des taux d'entrepreneuriat économiques réels plus faibles).

TEA données du terrain (les données d'enquête)

Qui sont les entrepreneurs algériens ?

Dans ce premier point, nous allons décrire le profil de l'entrepreneur algérien selon les différentes phases de démarrage de l'activité entrepreneuriale (entrepreneur émergent ou naissant, les nouveaux entrepreneurs et les propriétaires d'entreprise établie).

i. L'activité entrepreneuriale selon le genre

Les données de l'enquête GEM 2011 montrent que l'activité entrepreneuriale reste encore dominée par les hommes, même si les femmes ont enregistré une progression significative ces dernières années. Le taux de TEA féminin moyen national est 5,7, comparativement au TEA masculin de l'ordre 12,3. Le rapport TEA masculin/féminine révèle un écart favorable aux hommes deux fois supérieurs à celui des femmes. Les TEA féminin les plus faibles sont enregistrés au niveau des régions de Blida, Bordj Bou Arreridj et Tizi Ouzou.

Tableau 31 : Répartition du TEA selon le genre

	TEA -2011	TEA -2001 Male	TEA-2011 Femelle	Rapport Male/female dans les taux
Alger	11,10%	13,40%	7,50%	1,79
Blida	4,40%	6,70%	1,00%	6,87
Tizi Ouzou	11,30%	18,30%	3,80%	4,8
Bejaia	9,90%	18,40%	2,60%	6,98
Constantine	8,10%	10,40%	6,60%	1,57
Annaba	6,10%	6,80%	5,10%	1,34
Biskra	3,00%	4,30%	0,50%	
Ouargla	11,00%	13,80%	7,10%	1,93
Sétif	12,50%	15,80%	7,90%	2
Bordj Bou Arréridj	11,10%	21,20%	3,00%	6,98
Mascara	17,50%	24,20%	9,30%	2,59
Relizane	15,50%	18,90%	8,00%	2,36
Tlemcen	7,70%	9,00%	3,90%	2,3
Sidi Bel Abess	8,30%	9,10%	6,50%	1,39
Oran	3,20%	2,70%	4,70%	0,59
Ghardaia	20,30%	23,30%	15,40%	1,51
Total TEA	9,70%	12,30%	5,70%	2,18

ii. L'activité entrepreneuriale, selon les phases de développement de l'activité entrepreneuriale

L'analyse du rapport hommes-femmes, selon les phases de développement de l'activité entrepreneuriale révèle un TEA des femmes dans la phase de démarrage de l'activité entrepreneuriale (entrepreneuriat émergent) très important ; cependant ce taux diminue dans les phases antérieures de développement de l'activité entrepreneuriale (phases de l'entrepreneuriat naissant (baby) et dans l'entrepreneuriat établi). Le TEA passe de 3,2 dans la phase de démarrage (entrepreneuriat émergent) à 1,3 dans la phase de l'entrepreneuriat établi. Ce constat, s'il confirme la tendance globale de l'entrepreneuriat en Algérie qui enregistre une discontinuité très importante dans le processus d'évolution, la situation sera plus importante au niveau de l'entrepreneuriat féminin où, uniquement, une seule femme sur trois arrive à maturité dans le processus de développement de l'activité entrepreneuriale.

Tableau 32 : Répartition du TEA, selon les phases de développement

	Entreprise émergente (Male)	Entreprise émergente (Femelle)	Entreprise nouvelle (Male)	Entreprise nouvelle (Femelle)	Entreprise établie (Male)	Entreprise établie (Femelle)
Alger	6,70%	3,80%	6,90%	3,80%	7,50%	1,90%
Blida	2,90%	1,00%	3,90%	0,00%	2,90%	0,00%
Tizi Ouzou	11,10%	0,00%	7,90%	4,00%	7,10%	0,80%
Bejaia	14,30%	2,60%	4,10%	0,00%	8,20%	1,80%
Constantine	8,00%	4,50%	4,00%	2,20%	10,70%	0,70%
Annaba	0,00%	1,70%	6,80%	3,40%	15,90%	10,20%
Biskra	3,30%	0,00%	2,20%	0,00%	7,70%	0,00%
Ouargla	12,10%	7,10%	1,70%	0,00%	6,90%	4,80%
Sétif	10,50%	5,00%	5,30%	2,90%	8,40%	0,70%
Bordj Bou Arréridj	9,80%	1,50%	13,70%	1,50%	2,00%	0,00%
Mascara	8,80%	1,30%	15,40%	8,00%	5,50%	0,00%
Relizane	9,50%	4,10%	9,50%	4,10%	3,80%	0,00%
Tlemcen	5,60%	3,90%	3,50%	0,00%	0,70%	0,00%
Sidi Bel Abess	6,40%	4,30%	2,70%	2,20%	0,90%	0,00%
Oran	2,40%	3,30%	0,40%	1,60%	0,00%	0,00%
Ghardaia	18,60%	15,40%	4,70%	3,80%	0,00%	0,00%
Total TEA	7,20%	3,20%	5,40%	2,60%	5,50%	1,30%

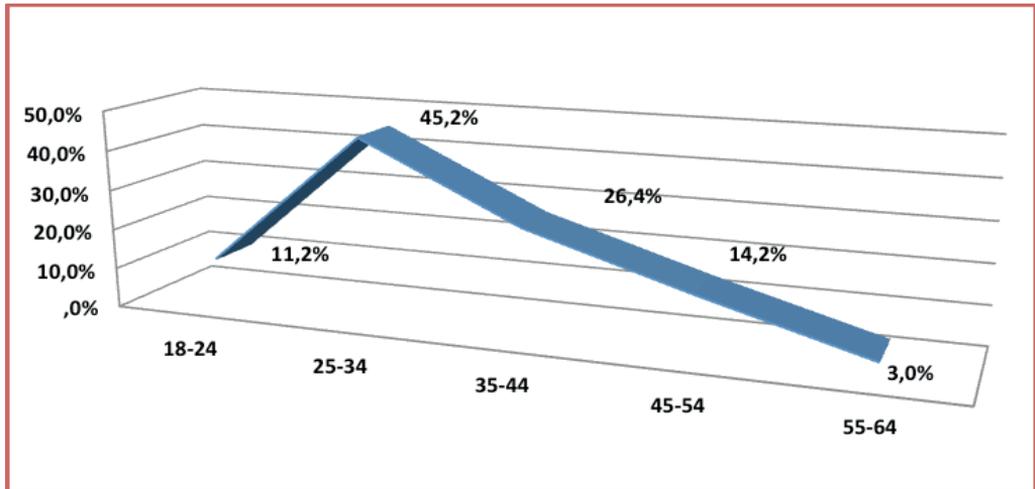
D'une manière générale, l'observation de l'activité entrepreneuriale, selon les phases de développement révèle que la part des femmes au niveau de l'entrepreneuriat émergent et l'entrepreneuriat nouveau (baby) est plus importante que leur part dans le total des propriétaires d'entreprises établies.

iii. L'activité entrepreneuriale, selon les groupes d'âge des entrepreneurs

Les données de l'enquête GEM montrent que des personnes de différentes catégories d'âge sont impliquées dans une activité entrepreneuriale ou entreprennent une tentative de création de nouvelles entreprises, mais les niveaux de participation sont variables et tendent à diminuer dans les groupes les plus âgés.

L'entrepreneuriat en Algérie reste encore un entrepreneuriat de jeunes. Ils sont plus de 55% dans les tranches d'âge 18-34 impliqués dans une activité entrepreneuriale. La plus grande proportion est représentée par les jeunes âgés entre 24-34 avec une proportion de plus de 45,2% impliqués dans la création d'entreprise.

Fig. 7 : TEA-2011 selon les groupes d'âge



L'implication des jeunes dans l'activité entrepreneuriale varie en fonction des phases de développement, entrepreneuriat émergent, entrepreneuriat nouveau (baby) et entrepreneuriat établi.

Tableau 33 : Répartition du TEA selon les groupes d'âge et les phases de développement

	Entreprise émergente (Male)	Entreprise émergente (Femelle)	Entreprise nouvelle (Male)	Entreprise nouvelle (Femelle)	Entreprise établie (Male)	Entreprise établie (Femelle)
18-24	5,50%	1,90%	3,60%	0,70%	3,00%	0,00%
25-34	11,80%	4,80%	8,70%	3,20%	4,30%	0,80%
35-44	6,90%	3,30%	5,80%	3,80%	7,90%	2,20%
45-54	4,60%	3,20%	4,10%	3,20%	7,80%	2,40%
55-64	3,10%	1,70%	1,00%	0,00%	3,10%	0,90%
Total TEA	7,20%	3,20%	5,40%	2,60%	5,40%	1,30%

iv. L'activité entrepreneuriale selon le niveau d'éducation des entrepreneurs

Les résultats de l'enquête GEM 2011 révèle que les taux de TEA augmentent avec le niveau d'éducation. Ils sont 29,3% de personnes adultes ayant le niveau d'éducation primaire et moyen en activité entrepreneuriale. 36% ont un niveau d'éducation secondaire et 35% ont un niveau d'éducation TS et universitaire. Une agrégation des données relatives au niveau d'éducation en fonction des paliers classiques de formation montre que l'activité entrepreneuriale est plus importante dans les niveaux d'éducation secondaire et supérieure.

En outre, lorsqu'on procède à une analyse fine des taux de TEA, selon les niveaux d'éducation (figure suivante), on remarque le phénomène suivant, l'activité entrepreneuriale devient importante, notamment chez les personnes qui n'ont pas terminé leurs cursus de formation. Ce constat semble révéler que plus d'un tiers des personnes n'achèvent pas leur éducation et s'orientent vers la vie professionnelle entrepreneuriale (22% pour le niveau secondaire et 15,9% pour le niveau universitaire).

Le constat général qui se dégage de la lecture du tableau suivant révèle que l'entrepreneuriat mobilise toutes les catégories de personnes quel que soit leur niveau d'instruction. C'est un phénomène qui a tendance à se massifier et il n'est plus l'apanage des personnes sans travail ou des personnes exclues du système éducatif. Le profil éducatif des entrepreneurs semble être similaire dans les trois phases de l'activité entrepreneuriale (entrepreneur émergent (nascent), entrepreneur nouveau (baby) et entrepreneur établi). Il est important de remarquer que les entrepreneurs qui ont des niveaux d'éducation élevés sont plus impliqués (ils sont relativement nombreux) au niveau de l'entrepreneuriat émergent (nascent) et l'entrepreneuriat nouveau (baby) que dans l'entrepreneuriat établi.

Tableau 34 : Niveau d'éducation des entrepreneurs (TEA-2011)

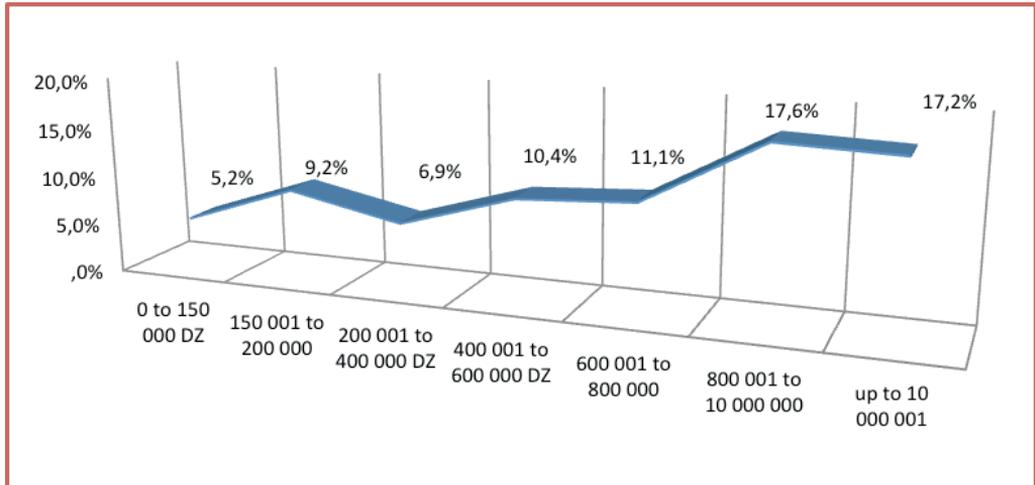
Niveau d'éducation	Nascent entrepreneur	Baby business owner-manager	Etablie
None	0,50%	0,70%	0,80%
No formal education but reads and writes	1,60%	2,10%	4,00%
Some elementary	2,70%	2,10%	2,40%
Completed elementary	10,60%	10,00%	15,90%
Some preparatory	17,00%	10,00%	15,90%
Sous total Niveau d'éducation du primaire jusqu'au niveau d'éducation moyen	32,40%	25,00%	38,90%
Completed preparatory	8,50%	15,70%	12,70%
Some secondary	21,30%	23,60%	22,20%
Completed Secondary	2,10%	2,10%	1,60%
Sous total Niveau d'éducation secondaire	31,90%	41,40%	36,50%
Some College / Technical	4,80%	6,40%	2,40%
Complete College/ Technical	11,20%	7,90%	3,20%
Some University	16,00%	15,70%	11,90%
Completed University	0,50%	1,40%	2,40%
Some Post Graduate	3,20%	2,10%	4,80%
Sous total Niveau d'éducation TS jusqu'au niveau d'éducation universitaire	35,60%	33,60%	24,60%

v. L'activité entrepreneuriale, selon le revenu du ménage de l'entrepreneur

Les données GEM, relatives au revenu annuel du ménage de l'entrepreneur, indiquent une part importante des entrepreneurs ayant des revenus, relativement élevés, impli-

qués dans le processus entrepreneurial. Plus de 45% des personnes enquêtées ont déclaré des revenus annuels de leurs ménages supérieurs aux tranches 600.000 DA à 800.000 DA par an. Ce constat révèle que les personnes dont le revenu du ménage est élevé développent des opportunités d'implication dans l'activité entrepreneuriale.

Fig. 8 : Revenu du ménage de l'entrepreneur impliqué dans le processus entrepreneurial (TEA)



Quelle dynamique entrepreneuriale, selon les régions (wilayas) en Algérie ?

Si la dynamique entrepreneuriale de l'Algérie, par rapport aux pays appartenant à la même structure économique, reste relativement modeste ou limitée, il est très important de procéder à un focus au plan local (au niveau des régions ou wilayas) en vue de saisir comment se configure l'activité entrepreneuriale, selon les régions et quelles sont celles qui présentent un dynamisme réel par rapport aux autres en matière de création d'entreprises en Algérie.

TEA, selon les régions (wilayas)

La dynamique entrepreneuriale est mesurée, d'abord, à travers le TEA selon les wilayas. Les données entre les wilayas montrent une disparité d'une région à une autre.

Tableau 35 : TEA selon les wilayas (régions)

Wilayas	TEA-2011	Wilayas	TEA-2011
Alger	73	Bordj Bou Arreridj	13
	11,10%		11,10%
Blida	9	Mascara	29
	4,40%		17,50%
Tizi Ouzou	29	Relizane	24
	11,30%		15,50%
Bejaia	21	Tlemcen	15
	9,90%		7,70%
Constantine	17	Sidi Bel Abbes	13
	8,10%		8,30%
Annaba	9	Oran	10
	6,10%		3,20%
Biskra	4	Ghardaia	14
	3,00%		20,30%
Ouargla	11	Total	332
	11,00%		
Setif	41	TEA National	9,70%
	12,50%		

TEA, selon le type d'entreprise (émergente et nouvelle)

Les données du tableau relatif au type d'entreprise selon le statut, entreprise émergente et entreprise nouvelle, montre que, d'une façon générale, la tendance observée indique une prédominance des entreprises émergentes dans la création, soit respectivement 57,2% pour les premières et 42,8% pour les secondes. Ce constat montre que l'entrepreneuriat en Algérie reste dominé par un fort mouvement de création «entreprise émergente».

Trois groupes de régions se distinguent : il y a d'un côté, les régions où le potentiel d'entreprises émergentes «nascent entrepreneur» est plus important comme à Constantine, Bejaia, Biskra, Oran et Ghardaïa. D'un autre côté, il y a d'autres régions où le potentiel des entreprises nouvelles «baby business owner-manger» est, relativement, important, comme à Annaba, Bordj Bou Arreridj et Mascara. Enfin, le troisième groupe se singularise par le fait que le poids des entreprises émergentes «nascent entrepreneur» et des entreprises nouvelles «baby business owner-manger» est presque équivalent.

Tableau 36 : TEA, selon le type d'entreprise

	TEA 20yy: Stage of activity		Total
	Nascent entrepreneur	Baby business owner-manager	
Alger	36	37	73
	49,30%	50,70%	100%
Blida	4	5	9
	44,40%	55,60%	100%
Tizi Ouzou	14	15	29
	48,30%	51,70%	100%
Bejaia	17	4	21
	81,00%	19,00%	100%
Constantine	12	5	17
	70,60%	29,40%	100%
Annaba	1	8	9
	11,10%	88,90%	100%
Biskra	3	1	4
	75,00%	25,00%	100%
Ouargla	10	1	11
	90,90%	9,10%	100%
Setif	27	14	41
	65,90%	34,10%	100%
Bordj Bou Arreridj	6	7	13
	46,20%	53,80%	100%
Mascara	9	20	29
	31,00%	69,00%	100%
Relizane	12	12	24
	50,00%	50,00%	100%
Tlemcen	10	5	15
	66,70%	33,30%	100%
Sidi Bel Abbes	9	4	13
	69,20%	30,80%	100%
Oran	8	2	10
	80,00%	20,00%	100%
Ghardaia	12	2	14
	85,70%	14,30%	100%
Total	190	142	332
	57,20%	42,80%	100%

TEA discontinuité

L'activité entrepreneuriale selon les régions est très disparate. Un indice de discontinuité entrepreneuriale a été calculé pour mesurer d'un côté, entre le TEA (création d'entreprises précoces et nouvelles) et entreprises établies et de l'autre, le taux de discontinuité d'affaires. Cet indice permet de mesurer la dynamique entrepreneuriale entrée/sortie des entreprises, selon les régions. Deux grands groupes de régions (wilayas) ont été relevés. Il y a les régions (wilayas) qui se distinguent avec un TEA faible, mais en contrepartie, elles enregistrent des taux d'entreprises établies très faibles et des taux de discontinuité élevés. Ce premier groupe de régions (wilayas), constitué d'Oran, Tlemcen, Sidi Bel Abbès, Blida et Biskra, se singularise par un dépeuplement d'entreprises, dans la mesure où le taux de discontinuité est nettement supérieur au taux d'entreprises créées ou établies. Le second groupe se caractérise par sa croissance relative de son activité entrepreneuriale. Il s'agit des régions (wilayas) d'Alger, Bejaia, Tizi Ouzou, Sétif, Annaba Ghardaïa, Constantine, etc. Dans ces régions, la part de la discontinuité d'entreprises est nettement inférieure à la part des entreprises créées et entreprises établies. On peut estimer que dans ces régions, la dynamique entrepreneuriale est importante.

Tableau 37 : Indice de discontinuité entrepreneurial

Wilayas	TEA-2011	Entreprise établie	Discontinuité entreprise	Indice de discontinuité entrepreneurial
Alger	11,10%	5,30%	8,60%	0,52
Blida	4,40%	1,50%	8,30%	1,42
Tizi Ouzou	11,30%	4,30%	3,50%	0,22
Bejaia	9,90%	4,70%	3,40%	0,23
Constantine	8,10%	4,30%	6,20%	0,5
Annaba	6,10%	13,60%	4,10%	0,21
Biskra	3,00%	5,20%	21,70%	2,64
Ouargla	11,00%	6,00%	3,50%	0,21
Setif	12,50%	5,20%	4,00%	0,23
Bordj Bou Arreridj	11,10%	0,90%	7,00%	0,58
Mascara	17,50%	3,00%	5,20%	0,25
Relizane	15,50%	2,60%	7,60%	0,42
Tlemcen	7,70%	0,50%	25,30%	3,09
Sidi Bel Abbes	8,30%	0,60%	25,00%	2,79
Oran	3,20%	0,50%	5,90%	1,61
Ghardaia	20,30%	0,50%	4,50%	0,22
Indice national	9,70%	3,80%	8,40%	0,62

La dynamique entrepreneuriale atypique, qui semble caractériser l'Algérie, traduit un dysfonctionnement dans le processus global d'encadrement de l'activité entrepreneuriale. Les indicateurs relevés semblent montrer une focalisation des actions des pou-

voirs publics dans les premières phases d'accompagnement du démarrage de la création d'entreprises alors que les actions ciblant les phases de consolidation des entreprises créées ne sont pas suffisamment développées. La dynamique entrepreneuriale en Algérie semble être bloquée par l'insuffisance de coordination entre les différentes phases de l'activité entrepreneuriale. Aujourd'hui, des initiatives, comme le «tutorat entrepreneurial», sont mises en place en vue d'assurer plus de cohérence à l'activité globale entrepreneuriale. L'objectif recherché est le renforcement du tutorat d'entreprises en vue d'assurer le passage d'une logique centrée sur la création d'entreprises à une logique globale, axée davantage sur la pérennisation des entreprises créées.

Transition de l'entrepreneuriat émergent vers l'entrepreneuriat établi en Algérie

Le suivi des indicateurs de conjoncture des entreprises émergentes et nouvelles – c'est-à-dire celles qui sont sur le point d'être créées et celles qui sont créées, mais qui sont dans leurs premières années d'existence, et les entreprises établies, c'est-à-dire celles qui survivent après trois ans et demi d'existence –, constitue sans aucun doute un excellent baromètre d'appréciation de la dynamique entrepreneuriale. Comme il est extrêmement difficile de capter les actions entrepreneuriales en gestation et de préciser à partir de quel moment une nouvelle entreprise existe et est enregistrée au niveau du registre du commerce, la méthode GEM apporte un plus à cette préoccupation en mettant en place un protocole qui permet d'incorporer dans l'analyse l'ensemble des phases de la création d'entreprises.

Aussi, en se basant sur cette méthodologie GEM, on peut affiner l'analyse en vue d'appréhender toute la dynamique entrepreneuriale, non seulement les phases de création, mais aussi la phase sensible de transition de l'entrepreneuriat émergent vers l'entrepreneuriat établi. Le développement économique d'un pays ne s'apprécie pas uniquement du point de vue de la capacité de création de nouvelles entreprises, mais surtout, à travers le maintien en vie des entreprises créées et garantir leur croissance.

Une analyse de ce «ratio de transition» de l'entrepreneuriat qui émerge vers l'entrepreneuriat établi, selon les régions (wilaya) en Algérie, est un indicateur qui mesure les chances de survie d'un nouvel entrepreneur par rapport au nombre d'entrepreneurs établis qui peuvent survivre après trois ans et demi d'existence. Plus le ratio entrepreneurs établis/TEA (entrepreneurs émergents et nouveaux) est élevé, plus les chances de survie au-delà de trois ans et demi sont élevées. Avec un taux de TEA de 9,7% et un taux d'entreprises établies de 3,8%, l'Algérie enregistre un ratio de transition de l'entrepreneuriat émergent vers l'entrepreneuriat établi très faible. Les probabilités de survie des entreprises émergentes et nouvelles au-delà de trois ans et demi sont de l'ordre de 0,39. Ce ratio de transition a évolué par rapport aux données de l'enquête 2009 où le TEA était de 17,7 et le taux d'entreprises établies était de 4,7, ce qui a donné un ratio de transition de 0,28.

Une analyse des ratios de transition de l'entrepreneuriat émergent vers l'entrepreneuriat établi révèle une tendance très asymétrique entre les wilayas. Les régions d'Annaba et de Biskra ont enregistré des taux de transition d'un entrepreneuriat émergent vers un entrepreneuriat établi relativement élevés avec des indices variant entre 2.22 pour la

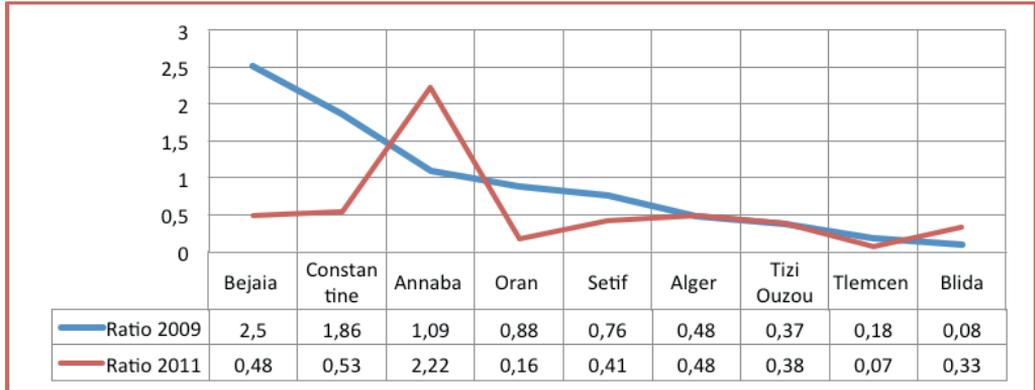
wilaya d'Annaba et 1,75 pour la wilaya de Biskra. Les régions (wilaya), qui ont enregistré des ratios de transition de l'entrepreneuriat émergent vers l'entrepreneuriat établi les plus faibles, sont respectivement Tlemcen (0,07), Sidi Bel Abbès (0,08), Ghardaïa (0,02) et Bordj Bou Arréridj avec un indice de transition de (0,08).

Tableau 38 : Ratio de transition de l'entrepreneuriat émergent vers l'entrepreneuriat établi selon les régions (wilaya) en Algérie

	TEA-2011	Entreprise établie	Ratio de transition entrepreneuriat émergeant vers l'entreprise établie
Alger	11,10%	5,30%	0,48
Blida	4,40%	1,50%	0,33
Tizi Ouzou	11,30%	4,30%	0,38
Bejaia	9,90%	4,70%	0,48
Constantine	8,10%	4,30%	0,53
Annaba	6,10%	13,60%	2,22
Biskra	3,00%	5,20%	1,75
Ouargla	11,00%	6,00%	0,55
Setif	12,50%	5,20%	0,41
Bordj Bou Arreridj	11,10%	0,90%	0,08
Mascara	17,50%	3,00%	0,17
Relizane	15,50%	2,60%	0,17
Tlemcen	7,70%	0,50%	0,07
Sidi Bel Abbes	8,30%	0,60%	0,08
Oran	3,20%	0,50%	0,16
Ghardaia	20,30%	0,50%	0,02
TEA National	9,70%	3,80%	0,39

Une analyse comparative des indices de transition de l'entrepreneuriat émergent vers l'entrepreneuriat établi des années 2009 et 2011, révèle une tendance structurelle de baisse de l'indice de transition dans presque la moitié des wilayas d'enquête. La figure suivante confirme le phénomène et montre les pistes d'amélioration à introduire dans l'accompagnement des entrepreneurs après les premières phases de la création.

Fig. 9 : Evolution du ratio de transition entrepreneuriat émergeant vers l'entrepreneuriat établi 2009-2011



Qualité de l'entrepreneuriat produit : Entrepreneuriat de nécessité ou d'opportunité, une comparaison régionale (wilaya)

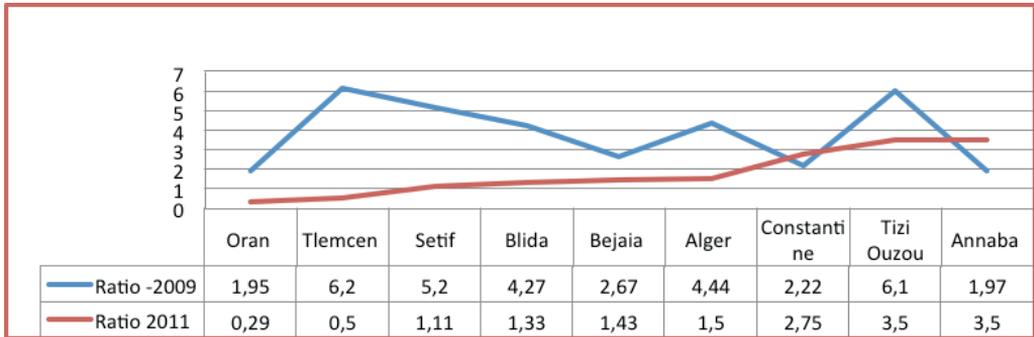
En Algérie, la création d'entreprises pour des motifs de nécessité est importante au moins dans plus de 50% des wilayas d'enquête. On cite, à titre d'exemple, les wilayas de Blida, Sétif, Bejaia, Tlemcen, etc., où la création d'entreprise par nécessité est relativement importante par rapport à la création d'entreprise en exploitant une opportunité d'affaire. En revanche, les wilayas comme Tizi Ouzou, Biskra, Ouargla, Mascara, etc., ont enregistré des ratios de création d'entreprises par opportunité très élevés.

Tableau 39 : TEA opportunité/nécessité selon les régions (Wilaya)

	TEA: opportunity, necessity or other motive	Necessity motive	Ratio opportunité sur nécessité
	Opportunity motive		
Alger	60,00%	40,00%	1,5
Blida	57,10%	42,90%	1,33
Tizi Ouzou	77,80%	22,20%	3,5
Bejaia	55,60%	38,90%	1,43
Constantine	73,30%	26,70%	2,75
Annaba	77,80%	22,20%	3,5
Biskra	66,70%	33,30%	2
Ouargla	90,90%	9,10%	10
Setif	52,50%	47,50%	1,11
Bordj Bou Arreridj	61,50%	38,50%	1,6
Mascara	86,20%	13,80%	6,25
Relizane	60,90%	39,10%	1,56
Tlemcen	33,30%	66,70%	0,5
Sidi Bel Abbas	25,00%	75,00%	0,33
Oran	22,20%	77,80%	0,29
Ghardaia	50,00%	50,00%	1
Ratio national	61,00%	38,70%	1,58

Une comparaison des résultats des ratios d'entrepreneuriat opportunité par rapport à la nécessité 2009 et 2011 révèle une poussée de l'entrepreneuriat de nécessité sur presque l'ensemble des wilayas du pays.

Fig. 10 : Ratio entrepreneuriat d'opportunité sur entrepreneuriat de nécessité

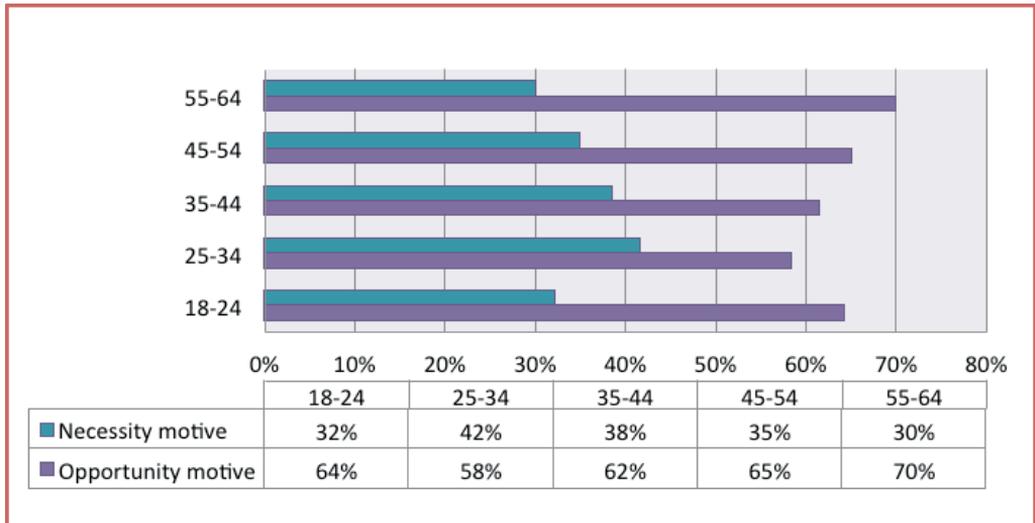


Entrepreneuriat de nécessité ou d'opportunité selon les tranches d'âge

Les taux de TEA selon les groupes d'âge présentent une tendance qui suit le modèle général observé durant l'enquête GEM 2009. Cette tendance montre que l'entrepreneuriat d'opportunité est dominant en Algérie et concerne, notamment les groupes d'âge de moins de 35 ans. Il est relativement plus important dans les groupes d'âge 25-34 et 35-44 ans.

D'une manière générale, les modalités de création d'entreprises par opportunité dans l'ensemble des tranches d'âge varient entre 1½ et 2 fois la création d'entreprises par nécessité. Cependant, il est important de relever que l'entrepreneuriat de nécessité est partiellement élevé chez les tranches d'âge 24-34 et 35-44 ans. Dans ces tranches d'âge, les probabilités de créer une entreprise par opportunité sont relativement moins importantes par rapport à la création par nécessité. Cette catégorie est constituée, essentiellement, par les jeunes qui quittent le système éducatif et choisissent l'itinéraire entrepreneurial comme voie d'accès à la vie active.

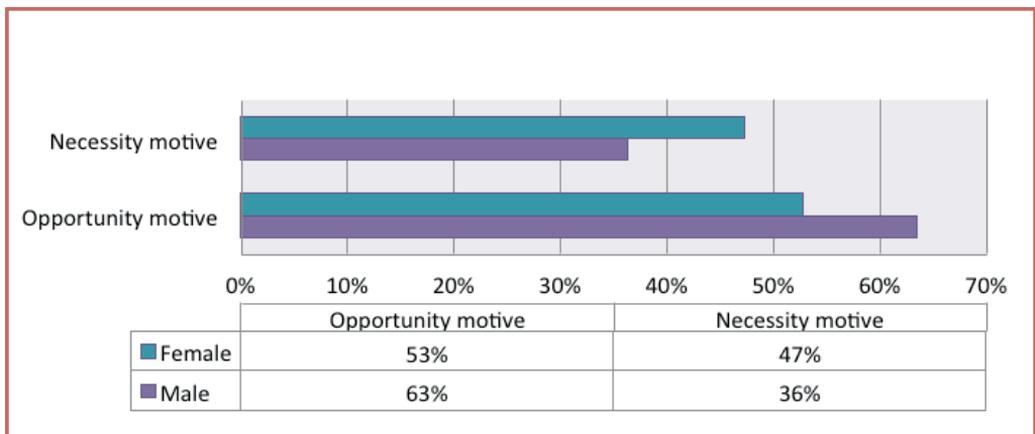
Fig. 11 : Entrepreneuriat d'opportunité/nécessité selon l'âge



Entrepreneuriat de nécessité ou d'opportunité, selon le genre

Malgré le fait que le taux de TEA féminin enregistré dans l'entrepreneuriat d'opportunité soit relativement élevé, il n'en demeure pas moins que les femmes sont plus présentes dans l'entrepreneuriat de nécessité. Le ratio de création d'entreprises par opportunité pour les hommes est presque une fois et demie supérieur à celui des femmes. Cette tendance devrait néanmoins, être inversée et encourager les femmes à être plus entreprenantes et à s'investir davantage dans l'entrepreneuriat d'opportunité.

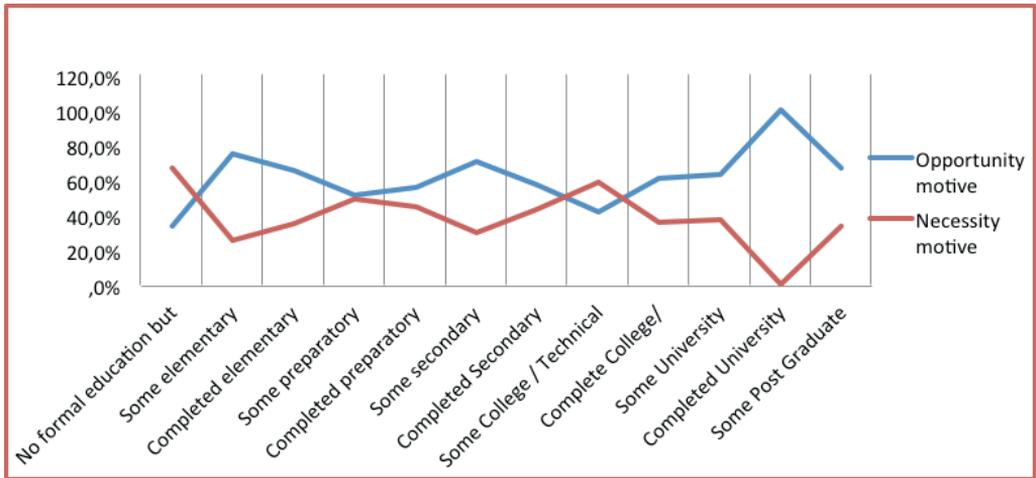
Fig. 12 : Rapport opportunité/nécessité selon le Genre



Entrepreneuriat de nécessité ou d'opportunité, selon le niveau d'éducation

La création d'entreprise est corrélée avec le niveau d'instruction. Plus le niveau d'éducation est élevé, plus la création d'entreprise est faite pour des motifs d'opportunité.

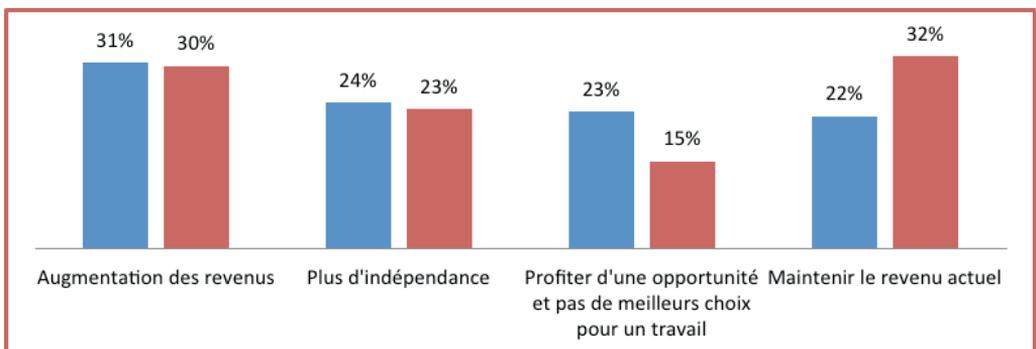
Fig. 13 : TEA opportunité/nécessité selon le niveau d'éducation



Les motivations des entrepreneurs

Les raisons pour entreprendre des affaires sont multiples. On observe une grande disparité entre raisons citées par les entrepreneurs émergents et les entrepreneurs nouveaux (résultats du TEA 2011) et les raisons mentionnées par les entrepreneurs des entreprises établies. Si les premiers indiquent que les raisons pour devenir entrepreneur relèvent davantage de la recherche d'amélioration des revenus, de la recherche de plus d'indépendance et de la saisie d'opportunités ; les entrepreneurs des entreprises établies soulignent en revanche des préoccupations liées à la préservation et le maintien du revenu dont ils disposent actuellement.

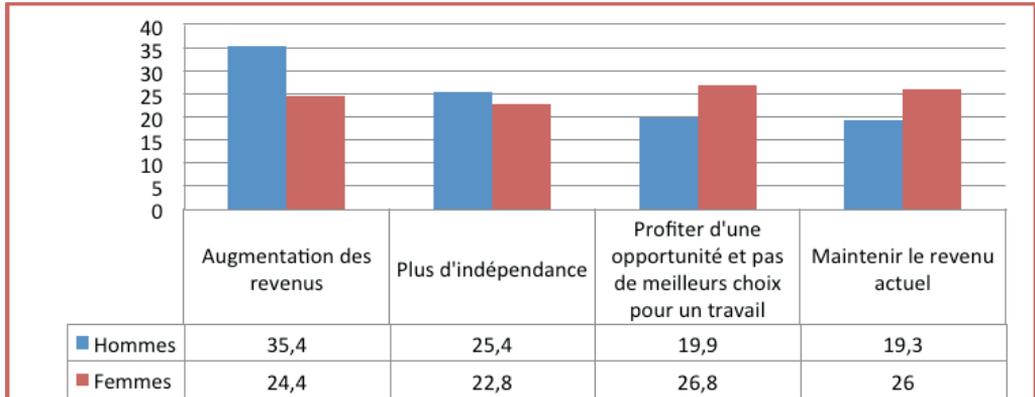
Fig. 14 : Les raisons pour devenir entrepreneur



Il existe, cependant, des variations significatives, selon le genre pour entreprendre des affaires. On observe une tendance qui montre des comportements singulièrement différents, selon le genre où les raisons citées par les femmes pour devenir entrepreneur semblent se concentrer, principalement, dans les raisons de la recherche de consolidation d'un niveau de revenu dont elles disposent, actuellement, et profiter d'une opportunité pour se lancer dans l'entrepreneuriat parce que l'emploi offert ne correspond

pas aux ambitions. Les hommes, par contre, sont dans des logiques d'amélioration du niveau de revenu. Il est important de signaler un comportement nouveau observé chez les entrepreneurs lorsqu'ils exposent les raisons du choix de ce métier, la recherche de plus d'indépendance semble être un motif partagé, dans les mêmes proportions, par les hommes et les femmes.

Fig. 15 : Les raisons pour devenir entrepreneur, selon le genre



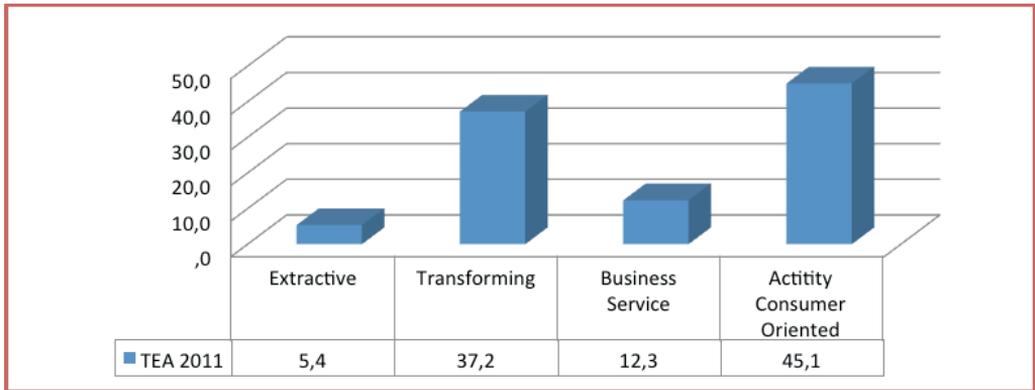
L'activité entrepreneuriale, selon les secteurs d'activité

L'étude GEM présente la classification des secteurs d'activité suivante :

1. Les activités extractives comprenant l'agriculture, la foresterie, la pêche et l'exploitation minière.
2. Les activités de transformation comprennent la fabrication, la construction et la distribution en gros.
3. Les activités de services aux entreprises incluant les entreprises activant pour le compte d'autres entreprises.
4. Les activités orientées vers le consommateur incluent les entreprises de vente de détail, les restaurants, les hôtels, la santé, l'éducation, les services à la personne, les services sociaux et les entreprises de loisirs.

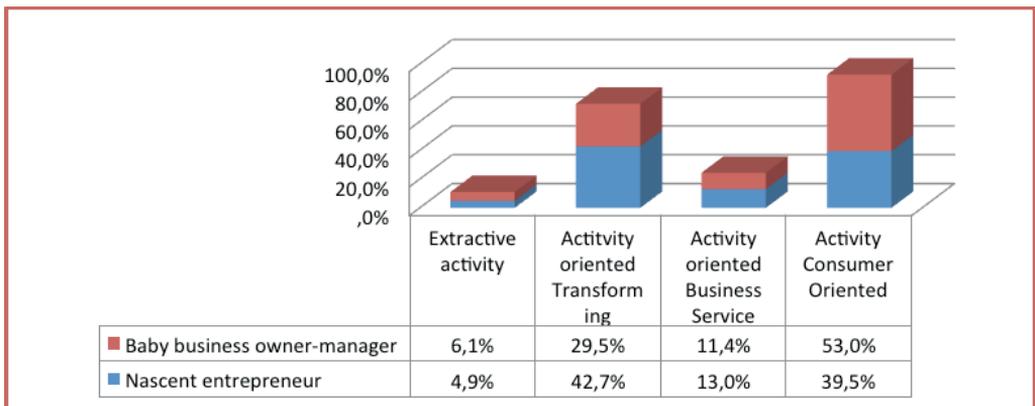
En Algérie, la répartition sectorielle, qui représente plus de 45,1% des activités naissantes, est concentrée dans le secteur orienté vers le consommateur. 37,2% sont concentrés dans les activités productives de transformation et 12,3% exercent dans les activités de services aux entreprises.

Fig. 16 : Taux d'activité entrepreneuriale (TEA 2011) par secteur d'activité



La comparaison de la répartition sectorielle, selon la nature des entreprises précoces et nouvelles d'un côté, et les entreprises établies, de l'autre, révèle la même configuration des secteurs d'activités avec, cependant, quelques nuances relativement légères. Dans la configuration des secteurs d'activités où activent les entreprises établies, on observe une certaine domination des activités de transformation et une faible proportion d'entreprises fournissant des services aux autres entreprises. Dans la configuration des secteurs d'activités où sont créées les entreprises précoces et entreprises nouvelles, on constate l'apparition d'activités d'extraction, un élargissement des activités de services aux entreprises et une réduction des activités de transformation. Ce constat montre que même si la tendance globale, de la création d'entreprises précoces et nouvelles, reste dominée par les activités orientées consommateurs, on assiste, cependant, dans cette configuration globale (TEA) à une amorce d'une diversification de l'activité création d'entreprises selon les secteurs.

Fig. 17 : Les étapes de l'entrepreneuriat : TEA (Entrepreneuriat émergent "nascent" entrepreneuriat nouveau "baby" par secteur d'activité)

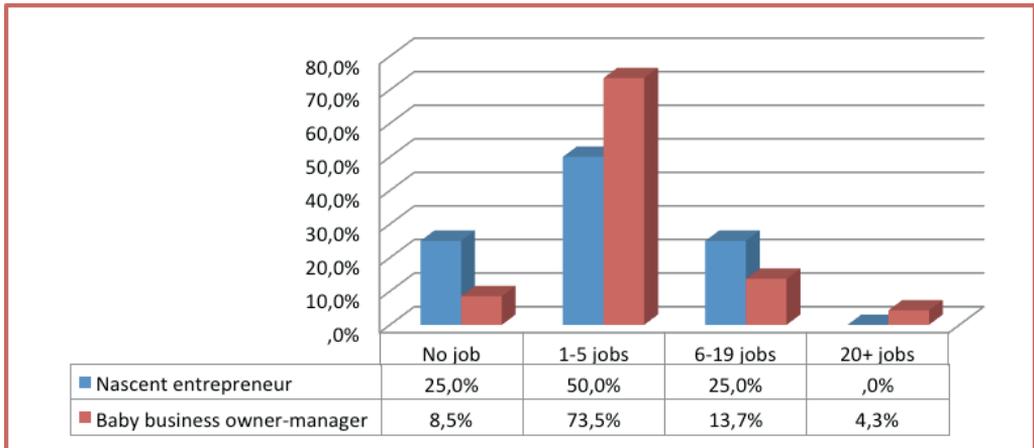


Développement de l'activité entrepreneuriale

I. Types d'entreprises créées et impacts sur l'emploi

Il existe une grande convergence entre les résultats de l'enquête GEM 2011 et les statistiques publiées par le ministère en charge de la PME sur la création d'entreprises. Globalement, l'emploi créé se situe dans la catégorie des micro-entreprises, moins de 5 salariés par entreprise. Les données de l'enquête GEM 2011 montrent que plus de 75% des emplois créés par les entreprises émergentes (nascent) et entreprises nouvelles (baby) se situent dans la catégorie des moins de 5 salariés.

Fig. 18 : TEA 2011 et emplois créés



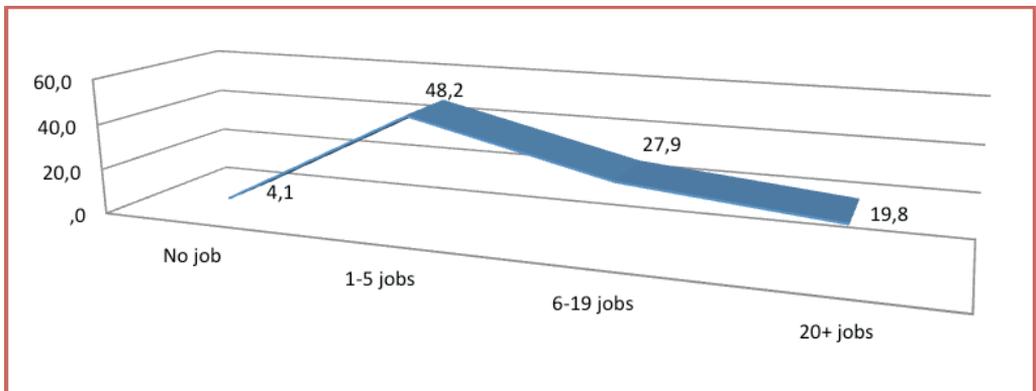
Le comportement des entrepreneurs en matière de création d'emplois, à un stade précoce (les entreprises émergentes et nouvelles) et les entrepreneurs établis, paraît très similaire. Il semble traduire, clairement, la configuration recherchée par les pouvoirs publics, à travers les dispositifs mis en place en matière de soutien à la création d'entreprises. Le dispositif géré par l'Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes «ANSEJ» cible spécifiquement la catégorie d'entrepreneurs jeunes âgés entre 19 et 35 ans, en situation de chômage, qui présente de petits projets de création d'activités ou de micro entreprises. Il y a, également, le dispositif géré par l'Agence nationale de gestion du micro crédit «ANGEM» orienté vers le soutien des petites activités économiques (auto emploi, travail à domicile, activités artisanales et des services, etc.). Ce dispositif cible les personnes âgées de plus de 18 ans, n'ayant pas de revenu ou disposent d'un petit revenu instable et possédant un savoir-faire en relation avec l'activité projetée. Cette catégorie peut bénéficier d'un crédit variant entre 30.000 DA à 400.000 DA.

II. Les intentions de croissance de l'emploi dans les cinq prochaines années

Dans le cadre du projet GEM, le potentiel de croissance chez les entrepreneurs a été mesuré par un ensemble d'indicateurs, tels le nombre de postes de travail à créer, l'innovation et l'orientation internationale de l'activité de création. Les aspirations de croissance fournissent une certaine indication sur l'impact économique des entreprises dans le temps.

L'entrepreneuriat se mesure, à travers deux indicateurs fondamentaux, sa contribution à la richesse nationale et sa contribution à la création d'emplois. Dans ce cadre, on s'intéressera en particulier au volet création d'emplois en vue de connaître la dynamique de croissance générée par cette activité entrepreneuriale. Comme l'ont montré plusieurs études, 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. Les données de l'enquête GEM 2011 ont confirmé cette problématique de la croissance des entreprises. La part des entreprises établies est très réduite et les proportions de discontinuité sont très élevées. A ce sujet, l'enquête GEM introduit une question relative aux perspectives de croissance de l'entreprise mesurée en termes d'emplois créés dans les 5 prochaines années au sein de l'entreprise.

Fig. 19 : TEA 2011 projet de croissance de l'emploi dans les 5 prochaines années



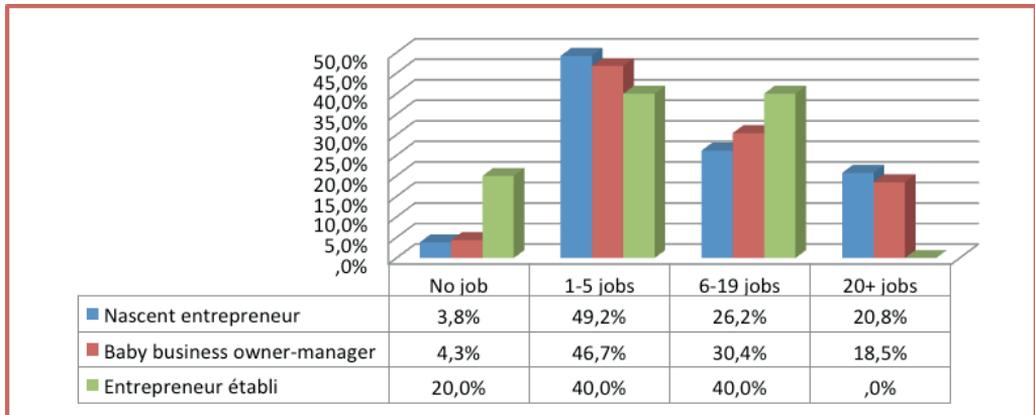
En général, les entrepreneurs affichent des ambitions d'accroissement de l'emploi dans les 5 prochaines années. Ils sont plus de 96% des entrepreneurs émergents et nouveaux Algériens à annoncer leur intention de procéder au renforcement de leurs emplois dans les 5 années à venir.

En termes de nature d'entrepreneuriat, précoce ou établi, les aspirations à la croissance ne sont pas très divergentes. Les deux groupes d'entrepreneurs affichent des perspectives optimistes de croissance de l'emploi dans les prochaines années. Bien entendu, les aspirations de croissance ne dépendent pas exclusivement de l'entrepreneur, mais elles résultent de la combinaison de plusieurs facteurs qui dépendent de l'environnement de l'entreprise et de la qualité des politiques publiques mises en place pour développer l'activité économique.

On notera dans la figure suivante que 49,2% et 46,7% parmi les entrepreneurs précoces et nouveaux (TEA) qui projettent de recruter à échéance de 5 ans entre 1 et 5 salariés et 26,2% et 30,4% de cette même catégorie d'entrepreneurs envisagent un accroissement de la part de l'emploi, à échéance de 5 ans, entre 6 et 19 salariés. Une part relativement importante d'entrepreneurs précoces et nouveaux affichent des intentions de croissance relativement élevée (20,8% et 18,5%) d'augmentation de l'emploi à l'horizon de 5 ans à plus de 20 salariés. Enfin, ceux qui n'affichent aucune

perspective de croissance à échéance de 5 ans, ils ne représentent, seulement, que 3,8% et 4,3% d'entrepreneurs.

Fig. 20 : TEA 2011 et projet de croissance de l'emploi



Par ailleurs, les entrepreneurs établis affichent des ambitions relativement modestes en matière d'accroissement d'emplois. Ils sont 40% à vouloir recruter entre 1 et 5 salariés dans les 5 prochaines années, 40% ont l'intention de créer entre 6 et 19 emplois et aucun entrepreneur n'a affiché son intention d'augmentation de l'emploi supérieur à 20 salariés au cours des 5 prochaines années. En revanche, les entrepreneurs établis composent la catégorie la plus importante qui n'envisage pas de recruter dans les cinq prochaines années.

Le statut professionnel et l'activité entrepreneuriale en Algérie – 2009-2011

Le statut professionnel des entrepreneurs en phase de démarrage se singularise par un taux de TEA, relativement important de personnes adultes qui travaillent déjà à temps plein ou à temps partiel. Le taux de TEA 2011 révèle qu'ils sont plus de 34% de personnes adultes qui travaillent déjà à temps plein ou à temps partiel qui se trouvent impliquer dans un processus de création d'une nouvelle entreprise. L'écart entre les résultats des enquêtes GEM 2009 et 2011 est de plus de 12 points. En revanche, les personnes adultes à la recherche d'emploi, en situation de chômage, sont moins nombreuses à être impliquées dans un processus de création de nouvelles entreprises. Le taux de personnes en phase de création d'entreprises en 2011 a baissé de plus de 7,2 points par rapport aux données de l'enquête GEM 2009. Ces deux premiers constats montrent que ce sont les personnes adultes actives qui explorent, plus que les autres catégories de personnes en quête d'emploi, les opportunités de création d'entreprise.

En outre, les données de l'enquête GEM 2011 révèlent un accroissement des taux TEA (2011) de personnes impliquées dans le processus de création d'entreprises par rapport aux données de l'enquête 2009. Les taux les plus élevés sont observés au niveau de la population des étudiants et des personnes au foyer, soit respectivement plus de 4 points pour les étudiants et plus de 6,5 points pour les personnes au foyer.

Tableau 40 : Taux de TEA, selon le statut professionnel des entrepreneurs en phase de démarrage

Situation professionnelle des entrepreneurs en phase de démarrage	TEA 2009	TEA 2011
Actif à temps plein ou à temps partiel	21,70	34,00
Employé à son propre compte		13,40
En recherche d'emploi	18,40	11,20
Etudiants	11,70	15,00
Personnes retraités/handicapées	5,80	8,20
Personnes au foyer	7,60	14,20

L'activité entrepreneuriale, selon les secteurs d'activité enquête GEM (2009-2011)

L'étude GEM présente la classification suivante des secteurs d'activité :

1. Les activités extractives comprenant l'agriculture, la foresterie, la pêche et l'exploitation minière.
2. Les activités de transformation comprennent la fabrication, la construction et la distribution en gros.
3. Les activités de services aux entreprises incluant les entreprises activant pour le compte d'autres entreprises.
4. Les activités orientées vers le consommateur incluent les entreprises de vente de détail, les restaurants, les hôtels, la santé, l'éducation, les services à la personne, les services sociaux et les entreprises de loisirs.

L'enquête GEM 2011 montre une répartition sectorielle des activités, selon les phases de développement de l'entreprise, stade précoce et entreprises établies, fortement orientée vers les secteurs de la consommation et de la transformation. Ces deux créneaux d'activités semblent être les secteurs de prédilection pour les créateurs d'entreprises pour la simple raison que ces secteurs sont faiblement capitalistiques, mais aussi parce qu'ils trouvent probablement plus de facilités d'accès aux sources de financement. Les données du tableau suivant montrent que le taux des nouveaux entrepreneurs naissants (émergents) dans les activités de transformation est plus important, soit 42,7%. En revanche, dans l'entrepreneuriat nouveau (entreprise nouvelle ou baby) la part des activités du secteur orienté vers le consommateur est beaucoup plus élevée que les autres secteurs.

Tableau 41 : Taux de TEA selon les stades de développement de l'entreprise

Secteurs d'activités	Entreprise naissante (émergente)	Entreprise baby (nouvelle)	Entreprise établie
Consommation	39,5	53	40
Services aux entreprises	13	11,4	20
Transformation	42,7	29,5	40
Extraction	4,9	6,1	0

Lorsqu'on compare les données des enquêtes GEM 2009 et 2011 relatives à l'évolution de la situation entrepreneuriale en Algérie en fonction de la répartition sectorielle des activités, on relève un fléchissement de la part des activités liées au secteur de la consommation au profit d'une augmentation des activités de transformation. Toutefois, il faut relever que la structure globale de la répartition sectorielle des activités reste, globalement, identique. En effet, la tendance reste encore dominée par l'activité entrepreneuriale orientée vers les consommateurs. Elle est suivie en seconde position par le créneau de création d'entreprise dans les activités de transformation. L'investissement entrepreneurial dans les secteurs des industries d'extraction et des services aux entreprises attire très peu d'entrepreneurs nouveaux.

Tableau 42 : Taux de TEA selon les stades de développement de l'entreprise

Secteurs d'activités	Activité entrepreneuriale à un stade précoce		Entreprises établies	
	TEA 2009	TEA 2011	Entreprises établies 2009	Entreprises établies 2011
Consommation	70	45,1	68	40
Services aux entreprises	10	12,3	9	20
Transformation	19	37,2	24	40
Extraction	1	5,4	0	0

Dans l'ensemble, la répartition sectorielle de l'activité entrepreneuriale, selon les stades de développement de l'entreprise confirme la tendance globale relative à la prédominance de l'investissement dans les activités orientées vers le consommateur et dans les activités de transformation où les entrepreneurs trouvent plus de facilités d'accès au marché mais surtout bénéficient du soutien de l'Etat, à travers les dispositifs d'aide à la création d'entreprise.

L'impact sur l'emploi

L'entrepreneuriat est un indicateur pertinent pour mesurer la croissance économique. En effet, la création d'entreprise génère de nouveaux emplois et contribue par conséquent à la réduction du chômage. D'une manière générale, les emplois créés à la

création de l'entreprise par les entrepreneurs se situent, généralement, dans la tranche de moins de cinq (05) emplois. La dynamique de croissance reste, également, concentrée dans la tranche d'emplois créés inférieure à cinq.

Tableau 43 : Répartition actuelle et attendue de l'emploi dans les entreprises précoces (TEA - GEM 2009 - 2011)

Nombre d'emplois créés	TEA 2009	TEA 2011	TEA 2009	TEA 2011
	Emplois TEA actuels		Emplois TEA attendus	
Plus de 20 (%)	8,3	4,1	17,1	19,8
Entre 6 et 19 (%)	13,8	14	33,4	27,9
De 1 à 5 (%)	62	72,7	45,9	48,2
Aucun (%)	15,9	9,1	3,6	4,1

Les données de l'enquête GEM 2011 ont révélé que les entrepreneurs algériens en phase de démarrage n'ont pas changé leur attitude en matière de croissance de l'emploi, comparativement aux données de l'enquête GEM 2009.

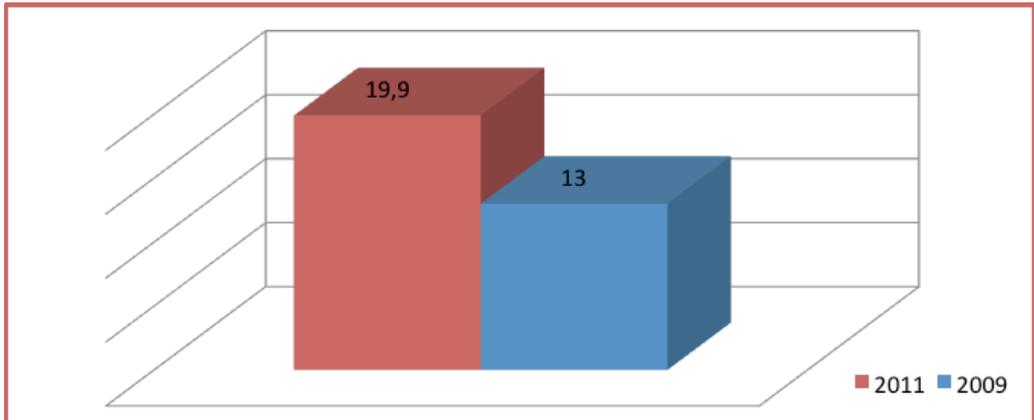
Tableau 44 : Répartition actuelle et attendue de l'emploi dans les entreprises précoces (TEA - GEM 2011)

Type d'entreprise	TEA 2011					
	Entreprise naissante		Entreprise nouvelle (baby)		Entreprise établie	
	Emploi actuel	Emploi attendu	Emploi actuel	Emploi attendu	Emploi actuel	Emploi attendu
Plus de 20 (%)	0	20,8	4,3	18,5	0	0
Entre 6 et 19 (%)	25	26,2	13,7	30,4	0	40
De 1 à 5 (%)	50	49,2	73,5	46,7	0	40
Aucun (%)	25	3,8	8,5	4,3	100	20

La répartition moyenne des entreprises en phase de démarrage semble révéler que celles qui sont dans la phase entreprises nouvelles (baby) affichent un comportement optimiste en matière de croissance d'emploi. Ce comportement est, également, observé auprès des entreprises établies qui affichent des perspectives de création d'emplois dans les prochaines années.

En Algérie, les entrepreneurs en phase de démarrage ont affiché en 2011 un optimisme dans leurs prévisions de croissance de l'emploi supérieur à l'année 2009. L'écart enregistré est de plus de 6,9 points.

Fig. 21 : Perception des entrepreneurs en matière de croissance de l'emploi (2009/2011)



Les indicateurs de croissance des entreprises

Le potentiel de croissance des entreprises est un indicateur pertinent pour apprécier leurs stratégies à court, moyen et long termes. C'est un indicateur composite obtenu par la combinaison de plusieurs paramètres. Il peut inclure des paramètres quantitatifs (indicateurs financiers et comptables, des indicateurs de la production, les indicateurs relatifs au capital humain), mais aussi des indicateurs qualitatifs (indicateurs comme la perception des entrepreneurs du marché, de la concurrence, les attentes).

Pour ce qui concerne l'indicateur potentiel de croissance des entreprises, nous allons le construire à partir des variables retenues dans les enquêtes GEM 2009/2011. Ces variables sont l'innovation «les clients qui considèrent les produits ou services offerts comme étant nouveau ou inédit», la technologie utilisée par les entrepreneurs, la compétitivité «concurrence qui offre les mêmes produits sur le marché», les emplois créés à échéance 5 ans, l'expansion du marché et, enfin, les orientations marché à l'international.

- L'innovation

Il est clair que la question, relative à l'innovation, telle qu'elle a été posée aux entrepreneurs peut conduire à des réponses qui ne sont pas toujours impartiales. Lorsqu'on demande à un entrepreneur d'estimer les proportions de clients qui trouvent les produits offerts nouveaux ou inédits, la réponse peut ne pas être totalement objective. La vision qu'a un entrepreneur de ses produits ou services peut être différente d'un entrepreneur à un autre, d'une région à une autre, et d'un secteur à un autre. De même, quelque fois les spécificités du secteur d'activité dans lequel active l'entrepreneur peut conduire à des biais dans les réponses des entrepreneurs. En effet, lorsqu'on sait que les données de l'enquête 2009 ont révélé que plus de 70% de la création d'entreprises en Algérie sont concentrés dans les activités orientées consommateurs et en 2011 ce taux a baissé à 45,1%, on peut s'attendre à des réponses formulées sur la qualité des produits et des services offerts comme étant innovants ou inédits tout simplement, parce que les services viennent juste d'être introduits ou bien qu'un produit vient juste de pénétrer un marché, etc. Dans ce cas de figure, il ne s'agit pas d'une innovation,

mais probablement d'offres commerciales nouvelles sur le marché. C'est pour cette raison, qu'il est difficile d'apprécier objectivement cette question de mesure du degré d'innovation. Il s'agit là, uniquement, de variables qualitatives qui peuvent donner, sur une échelle d'appréciation, une estimation de la perception d'un entrepreneur sur le comportement de ses clients. Parce qu'il n'existe pas une autre façon de mesurer le degré d'innovation d'un produit ou service sur le marché, que nous allons nous contenter de la perception de l'entrepreneur du comportement de ses clients pour pouvoir estimer le degré d'innovation des produits qu'il offre sur le marché.

- La technologie

Concernant l'utilisation des technologies, il y a environ moins d'un entrepreneur sur quatre qui affirme utiliser une technologie «high-tech» de moins de trois ans. Les entrepreneurs précoces et nouveaux sont plutôt ceux qui utilisent plus les technologies «low-tech».

- La compétitivité

A la question relative à la capacité de concurrencer d'autres entreprises offrant les mêmes produits ou services, plus des deux tiers des chefs d'entreprise ont affiché leurs capacités à faire face à la concurrence. Ce qui suppose qu'il y a plus d'un entrepreneur sur deux qui s'intéresse à son environnement et pratique la veille concurrentielle. Quant aux entrepreneurs qui ont déclaré disposer de peu de capacité pour concurrencer d'autres entreprises offrant les mêmes produits ou services sur le marché, ils représentent environ un tiers des entrepreneurs. L'agressivité concurrentielle semble être relativement plus développée auprès des entreprises émergentes.

- Les emplois attendus par les entreprises d'ici à 5 ans

L'enquête GEM introduit une question relative aux perspectives de croissance de l'entreprise mesurée en termes d'emplois créés dans les 5 prochaines années au sein de l'entreprise. En général, les entrepreneurs affichent des ambitions d'accroissement de l'emploi à l'horizon de 5 ans. Ils sont plus de 95% des entrepreneurs émergents et nouveaux Algériens à annoncer leur intention de procéder au renforcement de leurs emplois dans les 5 années à venir. Les ambitions de croissance de l'emploi contribuent d'une façon significative à la construction de l'indicateur synthétique du potentiel de croissance entrepreneuriale.

- L'expansion du marché

La perception du marché participe pour une grande partie au façonnage du comportement offensif ou défensif de l'entrepreneur. En effet, le manque de dynamisme dans le marché peut procréer une impression de pessimisme chez les entrepreneurs précoces et les entrepreneurs établis, et cela pourrait se répercuter sur les perspectives de croissance de leurs affaires. Cette dimension est importante à intégrer dans la construction de l'indicateur synthétique du potentiel de croissance entrepreneuriale.

- Orientations marché à l'international

Les ambitions des entrepreneurs de cibler le marché international peuvent traduire une volonté de vouloir aller affronter la concurrence mondiale dominée par les grandes en-

treprises multinationales. Les données des enquêtes GEM 2009 et 2011 indiquent que les entreprises algériennes dépendent, essentiellement, d'une clientèle locale. Selon le modèle GEM, les entreprises qui affichent plus de 25% des clients hors du pays sont définies comme étant fortement orientées vers l'international. L'importance de cette dimension suggère son intégration dans la construction de l'indicateur synthétique du potentiel de croissance entrepreneuriale.

Tableau 45 : Les indicateurs de croissance des entreprises

	TEA 2009		TEA 2011	
	Les entreprises émergentes et nouvelles (%)	Les entreprises établies (%)	les entreprises émergentes et nouvelles (%)	Les entreprises établies (%)
Innovation : Nombre de clients considérant le produit ou service comme étant nouveau ou inédit				
<i>Tous</i>	19,30%	13.2%	11,4	20
<i>Une partie</i>	33,50%	26.5%	32,2	40
<i>Aucun</i>	47,20%	60.4%	56,3	40
Nature de la technologie utilisée				
High Tech (moins d'un an)	30.0%	33.2%	20,2	20
Medium Tech (entre un an et cinq)	17.6%	19.3%	25,9	40
Low Tech (plus de cinq ans)	52,40%	47,50%	53,9	40
Emplois projetés dans les 5 prochaines années				
<i>Aucun</i>	3.6%	10.4%	4,1	20
<i>De 1 à 5 salariés</i>	45.9%	43.2%	48,2	40
<i>De 6 à 19 salariés</i>	33.4%	26.5%	27,9	40
<i>Plus de 20 salariés</i>	17.1%	19.9%	19,8	0
Compétitivité : Concurrencer d'autres entreprises offrant les mêmes produits ou services				
<i>Beaucoup</i>	63,10%	62,20%	65,1	40
<i>Peu</i>	32,40%	33,80%	30,1	40
<i>Aucun</i>	4,50%	4,10%	4,8	20
Expansion du marché				
<i>Aucune expansion du marché</i>	45,30%	45,90%	58,4	20
<i>Une expansion partielle du marché</i>	51,30%	54,10%	39,5	80
<i>Une expansion du marché en profondeur</i>	3,30%	0%	2,1	0
Marché (Clients) à l'international				
<i>Aucune orientation à l'international</i>	66.5%	51.8%	82,5	100
<i>Entre 1 et 25%</i>	19.7%	30.6%	11,9	0
<i>Plus de 25%</i>	13.8%	17.6%	5,6	0

Construction de l'indicateur synthétique du potentiel de croissance des entreprises

Pour construire l'indice du potentiel de croissance des entreprises, nous allons procéder à la construction d'un indicateur synthétique intitulé potentiel de croissance entrepreneuriale. Nous allons, tout d'abord, procéder à la pondération de l'ensemble des items : des rubriques innovation, technologie utilisée, compétitivité, perspectives de création d'emploi dans les 5 prochaines années, expansion du marché, et orientations de marché à l'international. Les items importants dans chaque rubrique seront pondérés par une valeur de 9 points, les items intermédiaires ou moyens seront pondérés par une valeur de 5 points et enfin, les items dont l'importance est faible seront pondérés par une valeur de 2 points. A titre d'exemple, dans la rubrique nature de la technologie utilisée, lorsque la valeur de l'item est utilisation d'une technologie «high-tech moins d'un an» la valeur de pondération sera de 9 points. Les entrepreneurs qui utilisent une technologie «medium-Tech entre un an et 5 ans» la valeur de pondération sera de 5 points et enfin, lorsque l'item est l'utilisation d'une technologie «low-tech plus de 5 ans» la valeur de pondération sera de 2 points. Le potentiel de croissance sera donc, la somme des résultats obtenus dans chaque rubrique.

A la fin, les résultats obtenus seront commentés en fonction d'une grille d'appréciation du potentiel de croissance entrepreneuriale. Lorsque la valeur de l'indice global se situe dans l'intervalle 50 à 70%, on peut affirmer que le potentiel de croissance entrepreneuriale est élevé. (Dans ce groupe seront classées les entreprises qui offrent des produits innovants, utilisent les nouvelles technologies et n'ont pas beaucoup de concurrence sur le marché). Lorsque la valeur de l'indice se situe dans l'intervalle 30 à 49% on peut dire le potentiel de croissance entrepreneuriale est moyen (dans ce groupe seront classées les entreprises qui offrent des produit peu innovants, utilisent une technologie moyenne et subissent déjà la concurrence sur le marché). Et enfin, lorsque la valeur de l'indice du potentiel de croissance est située dans l'intervalle de 10 à 29%, on peut dire que le potentiel de croissance entrepreneuriale est faible. (Dans ce groupe seront classées les entreprises qui ne sont pas innovantes, disposant d'une faible technologie et subissant déjà la concurrence sur le marché).

Le calcul de l'indice synthétique du potentiel de croissance des entreprises fait ressortir un indice de croissance relativement faible, soit 26, qui se situe dans la tranche des entreprises qui ne sont pas innovantes, disposant d'une faible technologie et subissant une forte concurrence sur leur marché.

Tableau 46 : Indices du potentiel de croissance

<i>Potentiel de croissance des entreprises calculé à partir des données de l'enquête GEM 2009</i>	Indices 2009	Indices 2011
Innovation : nombre de clients considérant le produit ou service comme étant nouveau ou inédit	26,7	24
Nature de la technologie utilisée par les entreprises	31,3	26
Emplois projetés dans les 5 prochaines années	27,8	26
Compétitivité : capacité de concurrencer d'autres entreprises offrant les mêmes produits ou services	20,06	47
Expansion du marché	23,09	21
Parts de marché à l'international (Clients)	27	4
Potentiel de croissance globale	26	24

La comparaison entre les indices de croissance entrepreneuriale, selon les résultats des enquêtes GEM 2009 et 2011 indique une baisse relative du score de l'indice synthétique de croissance, soit deux (02) points. La rubrique, qui a enregistré une baisse de l'indice de croissance, concerne les capacités des entreprises à l'exportation. En 2009, les personnes adultes insérées dans le processus entrepreneurial ont déclaré avec un score de 27% qu'ils étaient dans une logique d'exportation alors qu'en 2011, ce score a baissé pour atteindre le taux de 4%. Nonobstant ce score, les entrepreneurs ont affiché un comportement plus offensif en matière de concurrence. Ils estiment qu'il y a plus de concurrence, aujourd'hui, sur le marché (des offres de produits similaires).

L'accompagnement des créateurs d'entreprise

A- La sollicitation du conseil pour la création

En Algérie, comme dans d'autres pays de la région MENA, les entrepreneurs en phase de démarrage font un usage intensif des réseaux privés (famille proche, les amis, etc.) pour obtenir du conseil pour leur entreprise et usage très limité des services professionnels (dispositifs d'aide à la création) et des experts (comptables, avocats, etc.).

La tendance de la sollicitation du conseil, enquête GEM 2011, par les nouveaux entrepreneurs semble être similaire à celle observée lors de l'enquête GEM 2009 avec, toutefois, un accroissement de la sollicitation de la sphère privée (famille, amis et proches). Il est signalé, également, que les entrepreneurs naissants ont affiché avoir sollicité plus que par le passé les autres sphères, tels le conseil des personnes ayant une expérience dans les affaires, le conseil des professionnels et du marché.

Tableau 47 : Sources de conseils sollicités par les entrepreneurs en phase de démarrage

Sphère	Conseiller	Enquête GEM 2009 (%)	Enquête GEM 2011 (%)
Sphère privée	Conjoint	32	68,3
	Parents	59	84,1
	Autres membres de la famille ou proches	48	77,7
	Amis	58	87,3
Moyenne		49	79
Sphère professionnelle	Collègues actuels	33	57,7
	Patrons actuel	10	33,6
Moyenne		22	46
Sphère de personnes ayant une expérience dans le montage d'affaires	Quelqu'un dans un autre pays	14	27,3
	Quelqu'un venant de l'étranger	12	36,9
	Quelqu'un qui crée son entreprise	20	37,7
	Chercheurs ou inventeur	5	43,1
	Investisseur potentiel	4	6,8
	Partenaire d'investissement	29	15,1
Moyenne		15	28
Sphère marché	Société collaboratrice	5	19,2
	Concurrent	8	12,1
	Fournisseur	9	32,4
	Client	16	35,6
Moyenne		10	25
Sphère experts	Banquier	9	24,6
	Avocat	6	17,4
	Comptable	11	25,2
	Service de conseil public pour les entreprises	6	2
Moyenne		8	17

En somme, les données de l'enquête GEM 2011 montrent un nouveau comportement observé au niveau des entrepreneurs naissants, qui révèle des aptitudes à s'orienter davantage vers les services professionnels et les personnes disposant d'expertise en vue de procurer les conseils nécessaires à la création d'entreprise.

B- Les sources de financement de la création d'entreprise (enquête GEM 2009/2011)

Après l'échec de son programme des industries industrialisantes, l'Algérie a commencé au début de la décennie 90 à favoriser la création des structures de production de taille réduite et à encourager l'initiative privée par la mise en place de quelques organes et des supports institutionnels. Depuis lors, les PME participent au développement du pays d'une façon relativement importante, notamment dans la création d'emplois, la production, le renforcement du tissu industriel et l'aménagement de l'espace. Les travaux de recherche menés dans le cadre du CREAD et des universités algériennes qui ciblent certaines régions ont permis de mettre en relief le rôle de cette catégorie d'entreprise, notamment dans la création d'emplois. Ainsi, dans le cadre de la transition

d'une économie dirigée vers une économie de marché, l'Etat algérien s'est engagé dans la libéralisation des marchés, la privatisation de certaines entreprises publiques et l'encouragement de l'entrepreneuriat privé, à travers la promotion des PME et des TPE. La loi sur la monnaie et le crédit a, dès 1990, impliqué plusieurs changements structurels au niveau des missions et structures des banques commerciales. Le crédit bancaire commence alors à se substituer au financement budgétaire de l'économie par le Trésor qui assurait, dans le cadre des différents plans de développement, la quasi-totalité de leurs financements. Les réformes du secteur financier, induites par la promulgation de la Loi sur la monnaie et le crédit de 1990 et les différentes ordonnances la complétant et la modifiant ont redéfini le rôle des banques commerciales. Notre objectif n'est pas de mettre l'accent sur le rôle des banques dans leurs activités d'octroi de crédit ni de voir comment le soutien à l'investissement en Algérie est orienté vers la demande globale (à travers les différents plans de soutien à croissance économique). Nous allons plutôt nous intéresser aux nombreux dispositifs d'aide à la création d'entreprises privées mis en place. L'objectif est d'évaluer ces différents dispositifs.

Le financement de la création d'entreprise :

Le financement de la création d'entreprise, selon le dispositif CNAC

Créée en 1994 en tant que dispositif de soutien aux chômeurs promoteurs de projets, âgés de 35 à 50 ans, la CNAC (Caisse nationale d'allocation chômage) a vocation d'atténuer les effets sociaux consécutifs aux licenciements massifs de travailleurs salariés du secteur économique. Ce dispositif a connu différentes étapes caractérisées par la prise en charge de missions nouvelles qui lui sont confiées par les pouvoirs publics. De 1998 à 2004, la CNAC a mis en œuvre des mesures destinées à la réinsertion des chômeurs allocataires que sont l'aide à la recherche d'emploi et l'aide au travail indépendant. Dans ce cadre, 11.583 chômeurs ont été formés par les conseillers animateurs aux techniques de recherche d'emploi, 2.311 chômeurs ont été accompagnés dans la création de leurs micro-entreprises, 12.780 chômeurs ont suivi des formations leur permettant d'acquérir de nouvelles qualifications en vue d'accroître leurs chances de réinsertion dans la vie professionnelle. Dans le cadre du Plan de soutien à la croissance économique (PSCE), la CNAC a mis en œuvre, dès 2004 et jusqu'à juin 2010, un dispositif de soutien à la création d'activité pour les chômeurs promoteurs âgés de 35 à 50 ans. Le seuil maximum des investissements est fixé à dix millions de dinars (10.000.000 DA). Le financement est triangulaire. Pour un montant de l'investissement inférieur ou égal à cinq millions de dinars, l'apport personnel est de 1%, 29% du crédit est sans intérêt et le crédit bancaire est à hauteur de 70%. Pour un montant de l'investissement supérieur à cinq millions de dinars et inférieur à dix millions de dinars, l'apport personnel est de 2%, 28% du crédit sans intérêt et le crédit bancaire de 70%. Ce prêt n'est accordé qu'une seule fois avec un crédit bancaire à intérêts bonifiés. La durée de remboursement du crédit bancaire ne saurait être inférieure à huit (08) années dont trois (03) années de différé, à compter de la mobilisation des crédits. Des avantages fiscaux sont aussi accordés. Le tableau suivant dresse les résultats de ce dispositif jusqu'à 2006.

Tableau 48 : Dispositif d'assurance chômage jusqu'au 31/12/2006

Année	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Dossiers déposés	38 045	108 696	188 007	192 558	195 279	196 783	198 379	199 328	200 167	200 532	201 505
Dossiers admis	36 108	92 151	164 630	179 127	183 384	184 311	186 456	188 411	189 336	189 446	189 830
Dossiers mis en paiement	22 767	76 385	154 286	173 360	178 008	180 154	183 085	184 159	185 077	185 186	186 500
Dossiers fin de droit	6 868	21 845	42 761	81 139	126 173	155 102	169 124	172 407	174 298	175 183	176 769

Source : Données établies à partir des données tirées de www.cnac.dz

Le tableau suivant donne l'évolution des projets financés ainsi que le nombre d'emplois générés au niveau de la wilaya d'Alger entre 2004 et 2011

Tableau 49 : Evolution des projets et des emplois créés au niveau d'Alger

Années	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Nombre de projets financés	1	239	196	259	203	228	525	953
Nombre d'emplois générés	3	749	596	666	426	688	1 196	1 495

Source : Données de la CNAC d'Alger

Au niveau national, le nombre de micro-entreprises créées dans le cadre du dispositif CNAC a considérablement augmenté. Entre le 1^{er} janvier et le 31 août 2011, la CNAC a validé 57.490 dossiers de jeunes promoteurs. Cela représente une augmentation de 477%, par rapport à la même période de 2010.

Le coût de création d'une entreprise selon le dispositif ANGEM

Le deuxième dispositif introduit en 1999 est le microcrédit qui s'adresse à toute personne, sans limite d'âge, qui recherche des fonds afin de créer ou développer une petite activité. Sa gestion, initialement, confiée à l'Agence de développement Sociale (ADS), rattachée au ministère de l'Emploi et de la Solidarité nationale, a été transférée à une agence spécialement créée pour le piloter : l'Agence nationale de gestion du microcrédit (ANGEM). Le microcrédit est un prêt accordé à des catégories de citoyens sans revenus et/ou disposant de petits revenus instables et irréguliers. Il vise l'intégration économique et sociale des citoyens ciblés, à travers la création d'activités de production de biens et services. Le montant maximum de l'investissement est de 1.000.000 DA. Le seuil minimum des fonds propres dépend du montant de l'investissement. Il est fixé comme suit : 1% au titre de la création d'activité par l'acquisition de petits matériels et des matières premières de démarrage. Ce seuil peut être ramené à 3% dans des conditions prévues par la réglementation. Il est de 0% au titre de l'achat de matières premières. Son délai de remboursement peut aller jusqu'à 8 années avec un différé de trois années pour le remboursement du principal du crédit bancaire et une année pour le paiement des intérêts. Il y a un prêt sans intérêt, au titre de l'achat de matières premières, dont le coût ne dépasse pas 100.000 DA. Le crédit bancaire

est accordé avec un taux d'intérêt réduit à la charge du bénéficiaire (5 à 20% du taux débiteur appliqué par les banques et les établissements financiers). La différence avec le taux d'intérêt commercial est prise en charge par le Trésor public. Il y a aussi des avantages fiscaux. Le tableau suivant donne l'évolution des prêts accordés par l'ANGEM au niveau national.

Tableau 50 : Evolution des prêts accordés par l'ANGEM au niveau national

Année	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
PNR accordés	3 329	22 221	17 231	42 099	60 734	51 446	107 611

Source : Etabli à partir des données tirées de www.angem.dz

Les prêts accordés par l'ANGEM sont en augmentation continue depuis 2005 jusqu'à mars 2012. L'évolution des emplois, créés par ce dispositif, est décrite dans le tableau suivant. Les emplois créés par l'ANGEM, à travers les prêts accordés sont aussi en hausse continue, ils passent de 4.994 emplois en 2005 à 161.420 emplois en 2011.

Tableau 51 : Evolution des emplois créés par l'ANGEM au niveau national

Année	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Emplois créés	4 994	33 331	25 846	63 149	91 101	77 166	161 420

Source : Etabli à partir des données tirées de www.angem.dz

Le coût de création d'une entreprise selon le dispositif ANSEJ

Créée en 1996, l'ANSEJ (Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes) est une institution publique chargée de l'encouragement, du soutien et de l'accompagnement des jeunes chômeurs porteurs d'idées de projets de création d'entreprise. L'objectif premier de l'ANSEJ est de créer des entreprises rentables. Le bénéficiaire de ce dispositif doit remplir quatre critères : être âgé de 19 à 35 ans (l'âge limité est de 40 ans si l'investissement crée au moins trois emplois permanents), être chômeur, avoir un savoir-faire certifié et en relation avec l'activité considérée et mobiliser un apport personnel modulé, selon le coût du projet. Il existe deux formes de financement de l'investissement pour la création d'une micro entreprise. Chaque forme présente des avantages fiscaux, parafiscaux, et des aides financières qui varient, selon le niveau de l'investissement, de réalisation et d'exploitation du projet. La première forme est le financement triangulaire fait comme suit :

Tableau 52 : Répartition des crédits (montage financier)

Montant de l'investissement	Apport personnel	Crédit sans intérêt	Crédit bancaire
5 000 000 DA	1%	29%	70%
10 000 000 DA	2%	28%	70%

Source : Antenne ANSEJ de Bejaia

Tableau 53 : Le financement mixte

Montant de l'investissement	Apport personnel	Crédit sans intérêt
Inférieur ou égale à 5 000 000	71%	29%
De 5 000 001 à 10 000 000	72%	28%

Source : Antenne ANSEJ de Bejaia

Le tableau suivant donne l'évolution du nombre d'entreprises créées ainsi que le nombre d'emplois prévus par le dispositif de l'ANSEJ au niveau national. Le nombre d'entreprise créées a beaucoup augmenté à partir de 2009 par rapport aux années précédentes, et ce en raison de la baisse du montant de l'apport personnel qui est passé de 10%, puis à 5% et enfin, à 1%. Les résultats obtenus par les différents dispositifs de promotion de l'emploi des jeunes sont très en deçà des attentes. En comparant les tableaux suivants, depuis la création de l'ANSEJ jusqu'à l'année 2009, nous constatons un grand décalage entre le nombre d'attestations d'éligibilité délivrées et le nombre d'entreprises réellement créées. Sur un total de plus de 360.000 attestations d'éligibilité, moins de la moitié ont pu concrétiser son projet de création d'entreprise. La raison principale est que les banques désignées pour le financement du crédit jugent que les porteurs de projets sont insolvables et /ou ne donnent aucune garantie pour le remboursement du crédit. A partir de 2010, les dossiers passent devant une commission mixte, composée de représentants de la banque concernée par le financement.

Tableau 54 : Evolution des entreprises créées et des emplois prévus par l'ANSEJ au niveau national

Année	Entreprises créées	Emplois prévus	Année	Entreprises créées	Emplois prévus
1997	69	386	2005	10 549	30 376
1998	7 223	23 753	2006	8 645	24 501
1999	14 818	39 574	2007	8 102	22 685
2000	10 704	29 783	2008	10 634	31 418
2001	7 309	20 267	2009	20 848	57 812
2002	6 604	18 132	2010	22 641	60 132
2003	5 666	14 774	2011	42 832	92 502
2004	6 691	19 077	Total général	183 124	485 074

Source : Direction générale de l'ANSEJ

Tableau 55 : Répartition des attestations d'éligibilité par secteur d'activité

Secteur d'activité	Nombre d'attestations d'éligibilité délivrées	Nombre d'emplois correspondants
Services	116 304	308 020
Agriculture	76 074	202 344
Artisanat	45 560	143 000
Industrie	33 713	116 184
Transport de voyageurs	24 873	60 811
Transport de marchandises	25 921	54 269
BTPH	20 433	75 238
Transport frigorifique	14 058	29 618
Maintenance	4 597	12 522
Professions libérales	4988	12 114
Pêche	1 733	7 042
Hydraulique	713	2 680
Total*	368 967	1 023 842

* Depuis la création de l'ANSEJ à 2009.

Source : Bulletin d'information statistique N°15, 1^{er} Semestre 2009,
Ministère de la PME et de l'Artisanat

Par ailleurs, très peu d'entreprises sont créées dans le secteur de l'industrie. Le tableau suivant donne le nombre de projets, le nombre d'emplois et le montant de l'investissement par secteur d'activité. Le secteur des services enregistre 33.289 projets, soit 31,61% du total des projets (105.300 projets), et avec des emplois représentent 91.693 salariés, suivi du secteur de l'artisanat avec un taux de 15,87% du total des projets. Le coût de création d'un emploi varie d'un secteur d'activité à un autre : il est de 537.998 DA pour les professions libérales à 1.370.367 DA pour le secteur de l'hydraulique. La plus grande partie de l'emploi créé se concentre dans les secteurs des services, des transports de voyageurs et de marchandises et dans l'artisanat. Les entreprises créées sont de très petites entreprises, parfois, réduites au gérant en termes de personnel. Le secteur de l'industrie reste marginalisé.

Tableau 56 : Répartition du nombre de projets, emplois et montant de l'investissement

Secteur d'activité	Nombre de projets	Nombre d'emplois	Montant de l'investissement 10 ³ DA	Cout de création d'un emploi 10 ³ DA
Services	33 289	91 693	68 590 984	748,05
Transport voyageurs	12 684	31 720	23 681 851	746,59
Artisanat	16 716	57 200	34 983 262	611,60
Transport marchandises	13 758	28 171	32 094 745	1139,28
Agriculture	11 429	29 729	24 725 106	831,68
Industrie	6 025	21 524	19 682 746	914,46
BTPH	5 350	20 445	15 457 525	756,05
Profession libérale	2 898	7 166	3 855 293	538,00
Maintenance	2 266	6 300	3 808 448	604,52
Pêche	537	2 765	3 087 878	1116,77
Hydraulique	348	1 475	2 021 292	1370,37
Total*	105 300	298 188	231 989 135	778,00

* Depuis la création de l'ANSEJ à 2009.

Source : Bulletin d'information statistique N°15, 1^{er} Semestre 2009, Ministère de la PME et de l'Artisanat

Les autres sources de financement de la création d'entreprise

Les différents dispositifs d'aide à la création d'entreprises déjà présentés cohabitent avec d'autres dispositifs spécifiques à des types d'activités, comme l'artisanat d'art ou à certains investissements comme ceux financés dans le cadre de l'ANDI (Agence nationale de développement de l'investissement). Le dispositif de l'ANDI s'adresse aux investisseurs potentiels et concerne de grands projets d'investissement. Le bulletin d'information statistique N°15 du premier semestre 2009, édité par le ministère de la PME et de l'Artisanat dresse un bilan très mitigé de ce dispositif. Les actions initiées dans le cadre du plan de relance du secteur de l'artisanat ont permis d'améliorer les performances de la ressource humaine et de valoriser les potentialités locales pour la promotion d'activités productives. Cependant, la problématique de la préservation de beaucoup de métiers de l'artisanat reste posée.

Le tableau qui suit dresse le bilan des activités du secteur de l'artisanat entre 2008 et 2011. La création de nouvelles activités augmente progressivement et suit une tendance haussière. Le domaine de l'artisanat de service occupe la première position et enregistre plus de 50% des activités sur les quatre années (avec 48% en 2011). Le domaine de production de biens vient en seconde position et sa part passe de 21% en 2008 à 24% en 2011. L'artisanat et l'artisanat d'art occupent la troisième position même si leur part passe de 21% en 2008 à 28% en 2011.

Tableau 57 : Evolution des activités du secteur de l'artisanat entre 2008 et 2011

Nombre d'activités/ Domaine	2008	2009	2010	2011	Taux de croissance (T.C.) : 2008- 2009	T.C. 2009/2010	T.C. 2010/2011
Artisanat et artisanat d'art	3 070	3 633	4 333	9 194	18%	19%	112%
Artisanat de production de biens	2 999	4 728	5 471	7 804	58%	16%	43%
Artisanat de Services	8 412	10 514	11 018	15 719	25%	5%	43%
Total Général	14 481	18 875	20 822	32 717	30%	10%	57%

Source : Construit à partir des données du site du Ministère du Tourisme et de l'Artisanat

En termes de création d'emplois dans le secteur de l'artisanat, nous avons les données récapitulées dans le tableau suivant qui met en évidence l'évolution de la création d'emplois dans ce secteur. Les tableaux 57 et 58 montrent que les trois domaines ont connu une croissance assez remarquable. De 2009 à 2010, le domaine de l'artisanat d'art a réalisé le meilleur résultat en termes de croissance d'emplois tandis que celui de la production de services n'a eu qu'une progression de 5%. De 2010 à 2011, l'artisanat d'art conserve sa position en termes de création d'emploi. Les trois domaines ont connu une croissance.

Tableau 58 : Evolution de la création d'emploi du secteur de l'artisanat entre 2008 et 2011

Nombre d'activités/ Domaine	2008	2009	2010	2011	Taux de croissance (T.C.) : 2008- 2009	T.C. 2009/2010	T.C. 2010/2011
Artisanat et artisanat d'art	11 388	13 449	16 054	34 031	18%	19%	112%
Artisanat de production de biens	7 571	11 854	13 701	19 543	57%	16%	43%
Artisanat de Services	15 983	19 977	20 943	29 866	25%	5%	43%
Total Général	34 942	45 280	50 698	83 440	30%	12%	65%

Source : Construit à partir des données du site du Ministère du Tourisme et de l'Artisanat

Les formes de financement de la création d'entreprise (enquêtes GEM 2009 / GEM 2011)

Les enquêtes GEM 2009 et GEM 2011 ciblent les ménages et s'intéressent aux représentants des ménages qui essaient de créer (ou qui ont créé) une entreprise. Dans ce cadre, nous allons présenter quelques résultats concernant les formes de financement de la création d'entreprises.

Le tableau suivant montre que 615 personnes essaient de créer une nouvelle affaire, y compris créer leur propre emploi ou vendre des biens et services pour les autres. Parmi eux, 396 personnes ont essayé de le faire durant les douze derniers mois. 28 personnes ont eu l'idée de créer leur affaire, mais n'ont rien entamé pour concrétiser ce projet. 20 autres personnes ont essayé de créer leur entreprise durant les douze derniers mois, mais ont abandonné leur projet.

Tableau 59 : Nombre de personnes participant à un projet de création d'entreprises, GEM 2011

		Q1A1. Etes vous, seul ou avec d'autres, entrain d'essayer de créer une nouvelle affaire, incluant son propre emploi ou vendant des biens et services pour d'autres ?		
		NON	OUI	Total
Q1B. Durant les douze derniers mois, avez vous essayé d'aider à démarrer une nouvelle affaire ?	NON	28	219	247
	OUI	20	396	416
	Total	48	615	663

Le tableau suivant concerne les projets actuels de création d'entreprise en liaison avec la propriété de l'entreprise. 244 personnes créeront leurs propres entreprises. 133 personnes le feront avec des associés. D'autres projets de création resteront sans suite.

Tableau 60 : Propriété de l'entreprise dans le projet de création d'entreprises, GEM 2011

		Q1A1. Etes vous, seul ou avec d'autres, entrain d'essayer de créer une nouvelle affaire, incluant son propre emploi ou vendant des biens et services pour d'autres ?		
		NON	OUI	Total
Q1D1. Seriez vous personnellement propriétaire de tout, une partie, ou non de cette affaire ?	TOUT	10	244	254
	En partie	7	133	140
	NON	10	25	35
	Total	27	402	429

Dans le tableau suivant, l'enquête GEM 2009 montre que 413 personnes essayent de créer une nouvelle affaire, y compris créer leur propre emploi ou vendre des biens et services pour les autres. Parmi eux, 338 personnes ont essayé de le faire durant les douze derniers mois. Neuf personnes ont l'idée de créer leur affaire mais n'ont rien entamé pour concrétiser ce projet. Trente deux autres personnes ont essayé de créer leur entreprise durant les douze derniers mois mais ont abandonné ce projet.

Tableau 61 : Nombre de personnes participant à un projet de création d'entreprises, GEM 2009

		Q1A1. Etes vous, seul ou avec d'autres, en train d'essayer de créer une nouvelle affaire, incluant son propre emploi ou vendant des biens et services pour d'autres ?		
Q2A. Durant les douze derniers mois, avez vous fait quelque chose pour aider à démarrer une nouvelle affaire ?		NON	OUI	Total
	NON	9	75	84
	OUI	32	338	370
	Total	41	413	454

Le tableau suivant montre le résultat de l'enquête GEM 2009 pour les intentions et les projets actuels de création d'entreprise en liaison avec la propriété de l'entreprise. 244 personnes créeront leur propre entreprise. 133 personnes le feront avec des associés. D'autres projets de création resteront sans suite.

Tableau 62 : Propriété de l'entreprise dans le projet de création d'entreprises, GEM 2009

		Q1A1. Etes vous, seul ou avec d'autres, en train d'essayer de créer une nouvelle affaire, incluant son propre emploi ou vendant des biens et services pour d'autres ?		
Q2B. Seriez vous personnellement propriétaire de tout, en partie, ou non de cette affaire ?		OUI	NON	Total
	TOUT	26	93	119
	En partie	13	222	235
	Rien	7	11	18
	Total	46	326	372

Les enquêtes GEM s'intéressent aux personnes enquêtées qui financent des projets d'affaires. Le tableau suivant donne les résultats relatifs à l'enquête GEM 2011. Il montre que les financements peuvent concerner un membre proche de la famille, d'autres membres de la famille, un collègue de travail, un ami ou un voisin, une personne ayant une bonne idée d'affaires. Ceux qui reçoivent le plus fréquemment le financement sont les membres proches de la famille ou les voisins. Un très faible pourcentage concerne le financement de bonnes idées d'affaires. La mobilisation du réseau reste restreinte à la famille et au voisinage. Cela corrobore les résultats d'autres enquêtes menées au niveau des entreprises déjà existantes. Les résultats de l'enquête GEM 2009 donnent à peu près le même résultat même si l'enquête GEM 2009 ne présente que 75 cas au total.

Tableau 63 : Liens avec les personnes financées pour un projet d'affaires, GEM 2011

		Q4A. Avez vous, durant les trois dernières années, personnellement donné des fonds pour une nouvelle affaire démarrée par quelqu'un d'autres, excluant tout achat de stocks ou de fonds mutuels ?		
		NON	OUI	Total
Q4C. Quelle est votre relation avec la personne qui a récemment reçu votre plus récent investissement personnel ?	Membre de la proche famille	3	167	170
	Autres membres proches	0	40	40
	Un collègue de travail	0	35	35
	Un ami ou voisin	3	99	102
	Un étranger avec une bonne idée d'affaire	0	8	8
	Total	6	349	355

Les résultats de ces deux tableaux montrent que les porteurs de projets ne font confiance qu'au réseau familial. Dans leur esprit, les banques ne facilitent pas toujours le financement. Beaucoup de promoteurs estiment que les banques sont peu enclines à financer des porteurs de projets qui ne présentent pas des garanties exigées. Les deux enquêtes donnent des résultats similaires.

Tableau 64 : Liens avec les personnes financées pour un projet d'affaires, GEM 2009

		Q1E. Pensez-vous, seul ou avec d'autres, démarrer une nouvelle affaire, incluant tout type de propre emploi, durant les trois prochaines années ?		
		NON	OUI	Total
Q4C. Quelle est votre relation avec la personne qui a récemment reçu votre plus récent investissement personnel ?				
	Membre de la proche famille	19	13	32
	Autres membres proches	5	8	13
	Un collègue de travail	7	6	13
	Un ami ou voisin	6	8	14
	Un étranger avec une bonne idée d'affaire	0	3	3
	Total	37	38	75

La dynamique économique du marché entrepreneurial en Algérie (enquête GEM 2009/2011)

Une grande partie des études sur l'impact de l'entrée ou de la sortie des entreprises sur la performance économique se concentre sur les changements organisationnels, l'introduction de nouvelles technologies, les activités de recherche et développement ou un changement dans la combinaison du capital et de la force de travail. Le tableau suivant donne les raisons de la cessation d'activité dans l'enquête GEM 2009. Sur 117 cessations d'activité, 51 ont continué à fonctionner et 66 ont complètement arrêté. Les raisons principales invoquées sont que l'entreprise ne fait pas de profits ou pas assez (33 sur 117), rencontre des problèmes de financement (31 sur 117) ou bien le propriétaire a de meilleures opportunités de travail ou d'affaires (18 cas) et d'autres citent des raisons personnelles. L'enquête GEM 2011 donne à peu près des résultats identiques. Sur 218 cessations d'activités, 64 sont dues au fait que l'affaire n'est plus profitable et 58 sont dues à des raisons personnelles. Les problèmes de finance (28 cas) et de meilleures opportunités de travail (33 sur cas) sont de nouveau cités.

Tableau 65 : Raisons de cessation d'activités (enquête GEM 2009)

		Fermeture d'une affaire dans les douze derniers mois, mais l'affaire (l'activité) a continué		
		NON	OUI	Total
Raisons de sortie	Opportunité de vendre	9	1	10
	Affaire non rentable	20	13	33
	Difficultés de trouver des financements	14	17	31
	Un autre travail ou une opportunité d'affaire	11	7	18
	Sortie programmée à l'avance	1	0	1
	Raisons personnelles	11	11	22
	Un incident	0	2	2
	Total	66	51	117

Tableau 66 : Raisons de la cessation d'activités (enquête GEM 2011)

		Q3B. Avez-vous, au cours des 12 derniers mois, vendu, fermé, interrompu ou quitté une entreprise que vous possédiez et vous gériez ?	
		OUI	Total
Q3C2. Quelle était la raison la plus importante qui vous a poussé à quitter cette entreprise ?	Opportunité de vendre	7	7
	Affaire non rentable	64	64
	Difficultés de trouver des financements	28	28
	Un autre travail ou une opportunité d'affaire	33	33
	Sortie programmée à l'avance	14	14
	Raisons personnelles	4	4
	Un incident	58	58
	Opportunité de vendre	10	10
	Total	218	218

Le tableau suivant montre que la cessation d'activité est, pratiquement, définitive (112 entreprises sur 234 ont eu des repreneurs qui ont continué dans la même activité) et 11 ont changé d'activité après avoir eu un repreneur. 111 entreprises ont fermé définitivement.

Tableau 67 : Fermeture, reprise d'entreprises, enquête GEM 2011 Sortie/Retour

Q3B. Avez-vous, au cours des 12 derniers mois, vendu, fermé, interrompu ou quitté une entreprise que vous possédiez et vous gériez ?	Q3C1. L'entreprise a-t-elle poursuivi ses activités commerciales après que l'avez quittée ?			
	OUI	NON	Business continued but activities changed	Total
OUI	112	111	11	234
Total	112	111	11	234

Le contexte culturel et individuel de l'activité entrepreneuriale en Algérie

En Algérie, le contexte culturel et le contexte individuel de l'entrepreneuriat restent globalement favorables à l'émergence d'une dynamique entrepreneuriale. Les médias ont joué un rôle important dans la promotion de l'activité entrepreneuriale, en diffusant des reportages sur les «succes story», en montrant que l'entrepreneuriat est un bon choix de carrière.

Tableau 68 : Attitudes et perception de l'activité entrepreneuriale en Algérie

	Attitudes et perception de l'activité entrepreneuriale	Enquête GEM 2009	Enquête GEM 2011
Contexte individuel	Identification de bonnes opportunités pour créer une entreprise dans les six prochains mois	48	53,8
	Possède les connaissances, les compétences et l'expérience pour démarrer une entreprise	52	59,7
	La peur de l'échec l'empêcherait de démarrer une entreprise	27	41,4
	Connaît quelqu'un qui a lancé une entreprise ces deux dernières années	59	49,1
Contexte culturel	L'entrepreneuriat est un bon choix de carrière	57	79,6
	Des histoires régulières de réussite de nouvelles entreprises dans les médias	39	52,1
	Les entrepreneurs brillants ont un statut et un niveau de considération élevés dans le pays	58	82,4
	Présente des intentions de démarrer une entreprise au cours des trois prochaines années	26	43,9

En ce qui concerne les perceptions du contexte culturel, les résultats de l'enquête GEM 2011 montrent des attitudes d'optimisme dans la mesure où la majorité de la population adulte identifie de bonnes opportunités pour démarrer une entreprise. Plus de 82,4% estiment que les entrepreneurs brillants disposent d'un statut et d'une considération élevés dans le pays, mais aussi plus de 79,6% des adultes considèrent l'entrepreneuriat comme un bon choix de carrière.

Pour appréhender avec plus de détails le contexte de l'activité entrepreneuriale en Algérie, nous allons procéder à la construction de deux indicateurs synthétiques, l'un combinant les différents items de la dimension contexte culturel (entrepreneuriat un bon choix de carrière, histoires réussies présentées dans les médias, le niveau de considération accordée au statut de l'entrepreneuriat) et l'autre, combinant également les différents items de la dimension contexte individuel de l'entrepreneuriat (identification d'opportunités pour se lancer dans les affaires, possession de connaissance et expérience pour démarrer une affaire, la peur de l'échec de se lancer dans l'activité entrepreneuriale) connaît des entrepreneurs qui ont démarré une entreprise nouvelle. La moyenne des deux indicateurs synthétiques nous donne l'indice global du climat entrepreneurial.

Tableau 69 : Indice climat entrepreneurial selon les régions

	Contexte individuel	Contexte culturel	Indice du climat entrepreneurial
Enquête GEM 2009	46,5	45	45,75
Enquête GEM 2011	51	64,5	57,75

L'indice du climat entrepreneurial, combinant les indicateurs contexte individuel et contexte culturel, révèle une évolution de l'indicateur synthétique en 2011. Il est passé de 45,75 en 2009 à plus de 57,75, soit une évolution de plus de 12 points.

En outre, la lecture des données de l'enquête GEM 2011 relative aux attitudes et perception de l'activité entrepreneuriale, selon le genre montre que si d'une manière générale, la population adulte de sexe féminin cultive une perception très positive de l'entrepreneuriat comme étant un bon choix de carrière et un métier qui jouit d'une bonne considération et d'une bonne représentation au sein de la société, elle développe une peur de l'échec relativement plus importante que les entrepreneurs de sexe masculin.

Tableau 70 : Attitude et perception de l'activité entrepreneuriale, selon le genre

Attitudes et perception de l'activité entrepreneuriale enquête GEM 2011		Male	Femelle
Contexte individuel	Identification de bonnes opportunités pour créer une entreprise dans les six prochains mois	55,80%	51,30%
	Possède les connaissances, les compétences et l'expérience pour démarrer une entreprise	65,10%	51,90%
	La peur de l'échec l'empêcherait de démarrer une entreprise	39,50%	44,20%
	Connaît quelqu'un qui a lancé une entreprise ces deux dernières années	54,30%	41,60%
Contexte culturel	L'entrepreneuriat est un bon choix de carrière	78,40%	81,20%
	Des histoires régulières de réussite de nouvelles entreprises dans les médias	49,80%	55,30%
	Les entrepreneurs brillants ont un statut et un niveau de considération élevés dans le pays	80,90%	84,30%
	Présente des intentions de démarrer une entreprise au cours des trois prochaines années	46,80%	40,10%

La combinaison des perceptions et des attitudes des entrepreneurs, selon les régions montre que la peur de l'échec représente le sentiment partagé par un grand nombre d'entrepreneurs, malgré le fait que dans la majorité des cas, les entrepreneurs considèrent que l'entrepreneuriat est un bon choix de carrière et que les entrepreneurs jouissent d'un bon statut et d'un bon niveau de considération au sein de la société.

Tableau 71 : Attitude et perception de l'activité entrepreneuriale, selon les régions

	Identification de bonnes opportunités pour créer une entreprise dans les six prochains mois	Connaît quelqu'un qui a lancé une entreprise ces deux dernières années	Possède les connaissances, les compétences et l'expérience pour démarrer une entreprise	La peur de l'échec l'empêcherait de démarrer une entreprise	L'entrepreneuriat est un bon choix de carrière	Les entrepreneurs brillants ont un statut et un niveau de considération élevés dans le pays	Des histoires régulières de réussites de nouvelles entreprises dans les médias	Présente des intentions de démarrer une entreprise au cours des trois prochaines années
Alger	49,90%	45,00%	60,20%	42,20%	80,20%	83,20%	49,50%	43,30%
Blida	33,50%	37,20%	40,70%	20,30%	80,10%	67,00%	56,90%	66,00%
Tizi Ouzou	41,10%	48,10%	52,60%	39,50%	81,90%	75,60%	50,90%	23,00%
Bejaia	40,10%	42,90%	44,80%	35,20%	77,40%	83,60%	52,80%	46,00%
Constantine	54,30%	51,20%	64,40%	42,00%	83,70%	92,20%	57,60%	67,80%
Annaba	77,10%	43,50%	76,90%	37,00%	86,00%	90,50%	59,40%	33,30%
Biskra	28,40%	34,60%	68,80%	35,00%	47,50%	80,00%	76,40%	69,10%
Ouargla	72,00%	55,10%	75,00%	36,00%	78,60%	72,60%	31,20%	61,70%
Setif	59,00%	52,40%	66,20%	25,60%	75,80%	82,20%	62,50%	40,00%
Bordj Bou Arreridj	66,00%	48,60%	62,60%	21,10%	65,50%	90,40%	66,30%	48,20%
Mascara	43,60%	83,40%	72,60%	77,90%	97,00%	95,20%	30,30%	31,20%
Relizane	63,20%	73,80%	57,30%	62,30%	80,70%	81,60%	66,20%	38,20%
Tlemcen	57,60%	47,30%	64,50%	44,60%	73,50%	66,00%	25,90%	58,00%
Sidi Bel Abbas	67,40%	53,30%	61,70%	47,00%	70,50%	66,10%	42,10%	60,10%
Oran	71,30%	35,70%	49,00%	59,10%	93,40%	92,20%	47,60%	18,10%
Ghardaia	56,40%	78,00%	75,50%	84,80%	74,20%	83,60%	68,80%	43,50%
Total	53,80%	49,10%	59,70%	41,40%	79,60%	82,40%	52,10%	43,90%

L'indice global du climat entrepreneurial, selon les régions, indique un optimisme relativement élevé chez la population adulte âgée entre 18 et 64 ans. Cet indice est relativement très important au niveau de certaines wilayas du sud, telles que Ghardaïa et Ouargla. Au niveau des wilayas de l'Ouest, Relizane et Mascara présentent un score de l'indice du climat entrepreneurial relativement élevé. Ces wilayas sont talonnées par Constantine et Annaba avec un score moyen respectivement 64,15 et 62,97.

Tableau 72 : Indice climat entrepreneurial, selon les régions enquête GEM 2011

	Indice contexte individuel	Indice contexte culturel	Indice climat entrepreneurial
Alger	49,30%	64,00%	56,67%
Blida	32,90%	67,50%	50,22%
Tizi Ouzou	45,30%	57,90%	51,59%
Bejaia	40,70%	65,00%	52,85%
Constantine	53,00%	75,30%	64,15%
Annaba	58,60%	67,30%	62,97%
Biskra	41,70%	68,30%	54,96%
Ouargla	59,50%	61,00%	60,28%
Setif	50,80%	65,10%	57,97%
Bordj Bou Arreridj	49,60%	67,60%	58,57%
Mascara	69,40%	63,40%	66,39%
Relizane	64,10%	66,70%	65,40%
Tlemcen	53,50%	55,80%	54,68%
Sidi Bel Abbes	57,40%	59,70%	58,53%
Oran	53,80%	62,80%	58,32%
Ghardaia	73,70%	67,50%	70,59%
Total	51,00%	64,50%	57,75%

En somme, les personnes adultes considèrent que les contextes culturels individuels sont favorables pour la promotion de l'activité entrepreneuriale en Algérie. Dans ce contexte, il est important de focaliser l'analyse sur les intentions exprimées par les personnes adultes en matière de démarrage d'une entreprise en combinant cette variable avec les perceptions des personnes adultes en matière d'identification des opportunités de montage d'affaires, à la disponibilité de compétences et de connaissance pour s'investir dans le démarrage d'une entreprise, à la perception de l'échec comme contraintes qui limiteraient l'ambition de se lancer dans les affaires. Les résultats montrent que les personnes adultes, âgées entre 18 et 64 ans, estiment, qu'en 2011, il y a eu plus d'opportunités pour démarrer une entreprise, comparativement à l'année 2009. Cet indicateur a enregistré une augmentation de plus de 8 points en 2011 par rapport aux données de l'enquête GEM 2009.

Tableau 73 : Attitude et perception de l'activité entrepreneuriale, selon les régions

Présente des intentions de démarrer une entreprise au cours des trois prochaines années		Identification de bonnes opportunités pour créer une entreprise dans les six prochains mois		Possède les connaissances, les compétences et l'expérience pour démarrer une entreprise		La peur de l'échec l'empêcherait de démarrer une entreprise		L'entrepreneuriat est un bon choix de carrière	
		Oui (%)	Non (%)	Oui (%)	Non (%)	Oui (%)	Non (%)	Oui (%)	Non (%)
	Enquête GEM 2009	20,6	20,9	28,2	13,1	21,9	21,3	23,9	34,7
Enquête GEM 2011	28,2	26,1	32,4	26,4	18,3	30	35,4	11,4	

Cette attitude et cette perception positive de l'activité entrepreneuriale trouve son origine dans le programme spécial du gouvernement (2011), celui d'encourager l'entrepreneuriat des jeunes dans le cadre de la politique de l'emploi des jeunes, notamment les jeunes universitaires. Cette attitude est renforcée par d'autres variables, particulièrement la variable "peur de l'échec" qui empêcherait de se lancer dans le démarrage d'une entreprise qui a enregistré une baisse de 3 points en 2011 par rapport aux données de l'enquête GEM 2009. Il en est de même pour la variable possession des connaissances et des compétences pour démarrer une affaire où le taux de prévalence a augmenté de plus 4 points en 2011. Ce constat confirme la relation forte qui existe entre le niveau de formation des personnes et les intentions de se lancer dans le démarrage d'une entreprise. En effet, tout semble indiquer que les personnes adultes qui disposent de connaissances et de compétence développent des attitudes positives vis-à-vis de l'entrepreneuriat comme étant un bon choix de carrière mais aussi cultivent un esprit offensif de recherche de bonnes opportunités d'affaires qui s'offrent sur le marché. Très souvent, ces personnes relativisent leurs perceptions de l'échec comme étant un obstacle dans le démarrage d'une entreprise.

Conclusion

L'enquête GEM sur l'entrepreneuriat en Algérie avait pour objectif de réunir les premiers éléments de réponse à la question fondamentale suivante : Est-ce que l'entrepreneuriat est un facteur clé de la création d'emploi ?

Malgré les efforts des pouvoirs publics en Algérie pour relancer l'appareil productif et trouver des solutions à la question structurelle de l'absorption du nombre croissant des demandeurs d'emploi, notamment les jeunes et les sortants de l'université, le marché du travail affiche son incapacité à suivre cette évolution. C'est dans cette perspective de connaissance de la dynamique du marché de travail que l'enquête sur la création d'entreprise a été menée en Algérie en vue d'appréhender la part des petits entrepreneurs, les petits propriétaires d'entreprise, à contribuer à la création d'emploi, mais aussi à la création de richesse (revenu).

Même si le secteur de la PME, notamment les TPE et la micro-entreprise, est qualifié de secteur fragile, souffrant d'insuffisance de capital humain et financier, d'un accès très limité à la technologie, il n'en demeure pas moins que sa contribution à la dynamique économique et à la création d'emploi n'est plus à démontrer. Le secteur de la PME est considéré aujourd'hui comme étant le premier employeur en Algérie, hors secteur de l'Etat.

C'est par rapport à ce souci de compréhension du fonctionnement de ce nouveau secteur économique que les enquêtes de terrain, trouvent toute leur légitimité et leur importance. Elles permettent de comprendre comment l'entrepreneuriat fonctionne ; quelle est la dynamique du secteur privé ; combien d'entreprises sont créées annuellement et combien d'entreprises sont radiées ; quel est le taux d'entrée sur le marché de l'entrepreneuriat et le taux de sortie ; quelles sont les principales phases de croissance de l'entreprise et au niveau de quelle phase se situent les dysfonctionnements et quelles sont les raisons. Quels sont les facteurs de croissance des petites entreprises créées et quelles sont les limites d'accès à la technologie pour développer des atouts de distinction et de différenciation. C'est dans ce contexte que le CREAD, en partenariat avec la GIZ, ont adhéré au réseau GEM en vue de réaliser l'enquête GEM sur l'entrepreneuriat en Algérie, selon les normes et la méthodologie définies par le consortium international GEM.

Les résultats les plus importants tirés de l'enquête GEM 2011

Malgré les différences relevées entre les différentes régions du pays, les données de l'enquête ont révélé que plus de 15,5% des adultes algériens sont impliqués dans l'une des trois phases de l'activité entrepreneuriale, au niveau de la création «naissant entreprise», «entreprise nouvelle ou baby», et entreprises établies «entreprises ayant plus de 3 ans et demi d'ancienneté». Deux entrepreneurs algériens sur trois sont engagés dans l'activité entrepreneuriale parce qu'ils ont décelé des opportunités. Les entrepreneurs universitaires sont de plus en plus impliqués dans les activités entrepreneuriales et les taux de prévalence des femmes entrepreneurs ont augmenté par rapport à l'enquête GEM 2009.

Les entreprises créées sont principalement concentrées dans les secteurs de la consommation (services liés au consommateur) et très peu d'investissements sont orientés vers les secteurs des industries d'extraction et de transformation.

Il est important de souligner que les entrepreneurs créent des emplois, même si le nombre reste très réduit. Cette création génère, il va sans dire, des emplois directs et indirects en amont en aval de leur activité. En termes de prévisions de croissance, elles restent très modestes et l'effet multiplicateur peu étendu. Cependant, si les entreprises survivent et passent facilement le cap de la première phase, les difficultés surgissent à partir de la seconde phase et les probabilités de réussir le passage à la troisième phase sont très réduites. Et, c'est à ce niveau que le besoin d'un accompagnement de proximité ou de coaching émerge avec insistance. Les pouvoirs publics peuvent veiller à l'implication de plusieurs dispositifs pour accompagner les entreprises dans la durée en vue d'une durabilité de l'activité entrepreneuriale.

En matière de conseil et d'accompagnement à la création d'entreprise et de financement, les entrepreneurs sollicitent très peu les structures officielles et préfèrent les canaux informels pour bénéficier de conseils ou de mobilisation de ressources financières pour la création. Le réseau privé (famille, voisinage et amis) est fortement mobilisé par les entrepreneurs algériens. Néanmoins, nous avons assisté ces dernières années à un accroissement de la sollicitation des banques pour mobiliser les ressources, notamment depuis l'allègement des dispositifs ANSEJ et CNAC et ANGEM. (Plus de deux entreprises sur cinq ont été créées par les jeunes dans le cadre des dispositifs institutionnels mis en place par l'Etat).

Enfin, une connaissance construite du processus entrepreneurial, dans toutes ses phases, se révèle une action indispensable pour faciliter les mesures de régulation entreprises par les décideurs en vue d'assurer la longévité de l'activité entrepreneuriale et maintenir la dynamique de développement. La construction de base de données, construction de données chronologiques sur l'activité entrepreneuriale, permet, non seulement, l'observation des tendances de développement de l'activité, mais surtout d'identifier les segments qui nécessiteront un soutien et une intervention des pouvoirs publics.

