

Les dispositifs publics d'aide à la création d'entreprise en Algérie ; quelle pertinence ?

REDOUANE Abdellah ; et MOULOUD Abdenour. Maîtres assistants, FSECG, Université de Bejaia, Algérie

Résumé :

On ne dira jamais assez à quel point l'environnement socio-économique de l'entrepreneur joue un rôle important avant, pendant et après l'acte d'entreprendre. Car au delà de la simple volonté d'entreprendre et de la capacité à réunir des compétences particulières pour réaliser des projets, cet environnement, s'il est propice, contribue fortement au succès, comme dans le cas contraire, il peut être à l'origine de l'échec et de l'entrave aux initiatives. De la préparation pour la réalisation du projet jusqu'à sa consolidation, les jeunes initiateurs de projets en Algérie se heurtent à plusieurs contraintes d'ordre social et économique.

Afin de répondre à la problématique du séminaire, l'objectif de notre contribution étant d'identifier les obstacles auxquels se heurtent les jeunes initiateurs de projets, et ce, à travers l'analyse des résultats d'une enquête menée auprès d'un échantillon d'entrepreneurs et d'initiateurs de projets issues de la wilaya de Bejaia.

Mots clés : Entreprendre, initiateur de projets, contraintes socioéconomiques, appui, accompagnement.

1.Introduction

Depuis Cantillon, en passant par Say, Schumpeter, et autres (D, Audretsch, 2006, François Facchini, 2006, W, Baumol, 2009, M-A, Carre et A-R Thurik, 2010], la théorie de l'entrepreneur admet l'existence d'une liaison positive entre la dynamique entrepreneuriale et la croissance économique ; elle explique cette liaison par l'intensité de l'activité des entrepreneurs sur le marché, par ses facultés à provoquer le changement en rompant avec les routines, par ses capacités à révéler de nouveaux usages et/ou informer des mauvais usages des ressources existantes... Bref, l'entrepreneur est l'agent qui crée un produit utile, qui prend le risque pour le transformer en profit, qui saisit les opportunités, qui innove... ; il résout ce que la théorie de l'équilibre appelle les défaillances du marché puisque l'entrepreneur se nourrit des déséquilibres de prix, des imperfections organisationnelles, des carences des produits et plus généralement des attentes des consommateurs [François Facchini, 2006] ; il réoriente les ressources vers de nouveaux marchés, qu'il est particulièrement innovant et qu'il joue un rôle important comme créateurs d'emplois [OCDE, 2004] ; il est la voie de professionnalisation, notamment en période de difficultés économiques, en développant son propre emploi et en amortissant l'effet de la crise [P-A Julien et C, Schmitt. 2008]. Somme toute, il semble que, à reprendre W, Baumol [2009], la prospérité future de toute nation dépendra de son attitude à savoir promouvoir l'entrepreneuriat et l'innovation.

Par ailleurs, si les entrepreneurs sont les conditions nécessaires pour soutenir la croissance et, à long terme, le développement, un environnement entrepreneurial constitue la condition toute aussi nécessaire sinon suffisante pour l'assurer [P-A, Julien. 2005]. Cet environnement joue un rôle important avant, pendant et après l'acte d'entreprendre. Car au-delà de la simple volonté d'entreprendre et de la capacité à réunir des compétences particulières pour réaliser des projets, cet environnement, s'il est propice, contribue fortement au succès, comme dans le cas contraire, il peut être à l'origine de l'échec et de l'entrave aux initiatives. En fait, l'impulsion entrepreneuriale est donnée par des facteurs de nature très variée, même si le plus souvent, on les classe en deux grands groupes : les facteurs internes, liés aux motivations et aux caractéristiques des entrepreneurs, et les facteurs externes, liés à l'environnement macroéconomique, institutionnel, et politique d'un pays. L'importance de ces derniers est tel qu'ils influencent de manière décisive l'esprit d'entrepreneuriat, en conditionnant les possibilités de création, de survie ou de réussite des entreprises. Dès lors, l'évaluation des facteurs liés à cet environnement s'avère fondamentale pour déterminer les aspects sur lesquels doivent influencer les politiques visant à promouvoir l'acte entrepreneurial.

C'est dans cet esprit que s'inscrit la présente contribution; l'objectif étant à la fois d'évaluer la qualité de l'environnement entrepreneurial qui règne la société algérienne, et d'identifier les obstacles auxquels se heurtent les porteurs de projets ; ceci à travers l'analyse des résultats d'une enquête menée auprès d'un échantillon d'entrepreneurs et d'initiateurs de projets issues de la wilaya de Bejaia. A noter que depuis une vingtaine d'années, l'Algérie s'est engagée dans un processus de transition vers l'économie de marché au cœur duquel est placé l'entrepreneur ; depuis, les pouvoirs publics assigne à ce dernier les missions de créer de richesse et de l'emploi, de réduire la pauvreté, de générer de la devise, bref de porter le développement et la compétitivité de l'économie nationale. En contrepartie, des actions et mesures visant à l'accompagner dans ses missions ont été et continuent d'être mises en œuvre (aides financières et techniques, exonération fiscale, guichet unique,...) ; une relative dynamique entrepreneuriale est à signaler et à mettre au crédit de l'effort des pouvoirs publics, mais le potentiel entrepreneuriale dont recèle la société est loin d'être entièrement mobilisé, à en témoigner l'énorme demandes de financement bloquées ou rejetées par les organismes en charge, et/ou les fréquents cas de cessation d'activité et d'abandon de projet dans ses premiers pas en raison d'entraves de diverses natures, notamment d'ordre administratif. Ceci suggère que l'environnement actuel des affaires est loin d'être propice à l'esprit entrepreneurial et n'est pas, non plus, de nature à libérer massivement les initiatives entrepreneuriales. Il y a donc lieu de s'interroger sur le pourquoi cet environnement est ainsi. La

réponse à cette question devra être fournie à travers l'analyse des préoccupations et attentes de l'acteur concerné, à savoir le porteur de projet.

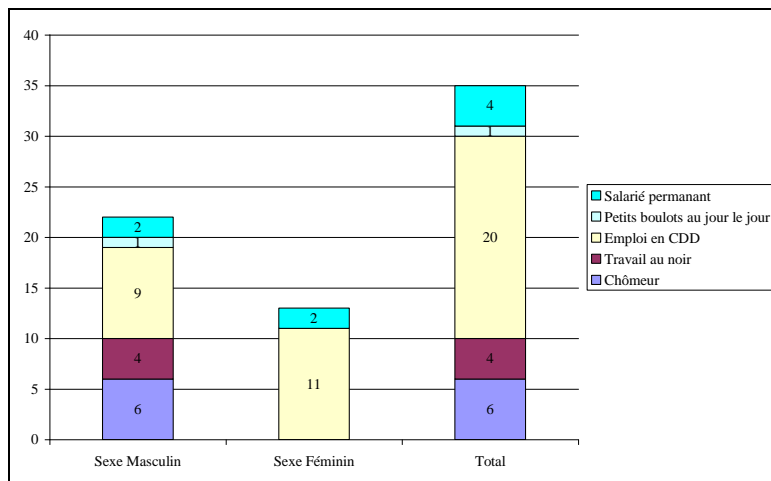
2. L'échantillon de l'enquête et ses principales caractéristiques.

Notre enquête a touché trente-cinq personnes relevant de la catégorie des jeunes initiateurs de projets, c'est-à-dire ceux étant récemment diplômés et/ou ayant exprimé pour la première fois leurs intentions de mener un acte entrepreneurial. L'âge moyen de cet échantillon est de 28 ans, avec un maximum de 34 ans et un minimum de 24. Quant au genre et à la situation matrimoniale, cet échantillon est composé de 22 personnes, soit 63% de sexe masculin (dont une personne mariée) et de 13 personnes, soit 37% de sexe féminin (dont trois personnes mariées).

Autres caractéristiques de notre échantillon, toutes les personnes que nous avons interrogées possèdent un diplôme, 80% de nature universitaire et 20% des centres de formation professionnelle et d'apprentissage (CFPA). Sur les 28 diplômés universitaires de notre échantillon, on dénombre 12 licenciés, 2 ingénieurs, 11 DES (Diplôme d'Etudes Supérieures) et enfin 3 post-graduants.

Pour la situation des personnes interrogées au moment de l'enquête, on dénombre six situations, que nous illustre le graphique 01 :

Graphique 01 : Situation actuelle des personnes enquêtées



Source : Résultats de l'enquête

D'après ce graphique, 57% des personnes interrogées occupent un emploi en CDD (Contrat à Durée Déterminée), contre 11% qui occupent un emploi permanent, 17% en chômage, 11% travaillent au noir et 3% avec des petits boulots au jour le jour. A noter que ces trois dernières situations ne concernent que les personnes de sexe masculin.

3. Les dispositifs publics vus par les jeunes initiateurs de projets

Il s'agit dans ce point, d'analyser la qualité et l'efficacité de l'action publique dans son esprit de donner de l'impulsion à l'acte entrepreneurial ; cette analyse repose sur l'évaluation de la perception de la catégorie des jeunes initiateurs de projets à l'égard des différents dispositifs publics d'aide à la création d'entreprises. L'une de nos premières constatations au moment de notre enquête, est le sentiment de méfiance qui s'est instauré chez les personnes interrogées à l'égard de ces dispositifs publics, sachant que ces personnes sont dans le besoin de cette aide publique, car 91% d'entre eux affirment ne pas avoir de moyens propres pour un montage personnel de leur projet.

Sur les 35 personnes que nous avons interrogées, la totalité d'entre elles déclarent être informés des dispositifs publics d'aide à la création d'entreprises qui existent en Algérie, surtout les deux dispositifs qui conviennent à leur âge, L'ANSEJ et L'ANGEM, mais seulement 46%, soit 16 personnes, déclarent être bien informés sur les avantages accordés, les formules de financement (montage financier) et les modalités de remboursement dans le cadre de ces dispositifs.

Il ressort aussi des résultats de notre enquête, que 60% des personnes questionnées, soit 21, déclarent avoir essayé à un moment de bénéficier de l'un de ces dispositifs. Et au vu de l'accueil qui leur a été réservé lors de leur visite aux structures en question, 15 d'entre eux (soit plus de 40%) estiment ne pas s'être vraiment bien accueillis, conseillés, orientés ou informés par les agents d'accueil et d'orientation de l'agence, et que le temps qui leur a été accordé par ces derniers, a été en moyenne de 5 minutes, avec un maximum de 10 minutes pour les uns et un minimum d'une minute, pour ne pas dire quelques secondes, pour les autres. En effet, nous l'avons constaté nous même, en faisant une visite d'investigation à l'une de ces structures à Bejaia, lors d'une journée de réception, avec un grand nombre de visiteurs et une petite salle d'accueil, les agents d'orientation n'ont pas le choix : faire passer le maximum de gens en un temps record afin de céder la place aux autres. Le visiteur peut se satisfaire d'une brève entrevue et d'un papier offert par l'agent, où sont précisés les conditions d'éligibilité, le dossier à fournir et les formules de financement. Mal menés parfois, certains porteurs de projets, découvrent le jour même, l'une des premières contraintes auxquelles ils doivent faire face dans la conduite de leurs affaires, si ça aboutit un jour, qui est la contrainte liée aux lourdeurs administratives.

Enfin sur une question relative à leur vision à l'égard de ces dispositifs, 69% s'estiment être méfiants quant à la politique de l'Etat dans ses encouragements à l'aide et à la facilitation de création d'entreprises, surtout chez les jeunes diplômés. Selon leurs affirmations, parmi les faiblesses de ces dispositifs, on peut citer :

- Le manque ou l'inexistence d'une politique de vulgarisation et de sensibilisation surtout auprès de futurs diplômés des universités et des centres de formation,
- Le manque d'informations, de conseils et d'orientations mis à la disposition des porteurs de projets par les structures locales de ces dispositifs,
- Le non suivi du dossier, une fois jugé éligible et transmis à la banque, où cette dernière le met en instance pour une longue période indéterminée, car il suffit de faire le calcul entre les dossiers jugés éligibles et ceux financés par les banques, et ce, en dépit des consignes de la tutelle, ordonnant toutes les banques publiques à procéder au financement des projets jugés éligibles, ce qui pousse ces porteurs de projets à partir à la conquête de relations informelles pour se voir enfin financés par l'institution bancaire, et c'est comme cela que ça aboutit dans la plupart des cas,
- Le manque d'expertise dans l'étude technico-économique des projets par les chargés d'études de ces structures,
- Et enfin, toujours d'après les affirmations des personnes que nous avons interrogées dans le cadre de notre deuxième enquête, ils reprochent à ces dispositifs publics de ne pas accompagner sur le terrain les initiateurs de projets au démarrage de leur activité et de ne se soucier que du remboursement des crédits.

4. Le degré d'information des jeunes initiateurs de projets des caractéristiques des créneaux à investir.

Toujours selon les résultats de notre enquête, 57% des personnes interrogées désirent investir dans la branche services, 20% dans l'industrie, 11% dans le bâtiment et travaux publics, 6% dans l'agriculture en enfin 6% dans l'artisanat.

Ce que nous avons constaté au cours de nos entrevues avec ces jeunes initiateurs de projets, est leur manque d'informations sur le créneau de leur choix. En effet, 64% affirment leur totale ignorance des données clés du secteur dans lequel ils veulent s'investir (Si le marché est porteur ou non, s'il est concurrentiel, combien est le nombre de concurrents, comment s'approvisionner, comment commercialiser,...), un grand nombre d'interrogations auxquelles ils ne trouvent pas de réponses. D'ou la nécessité de mettre à la disposition des jeunes porteurs de projets, une banque de données, où ils trouvent tout ce qui est relatif au créneau de leur choix (opportunités d'investissement, clients, fournisseurs,...).

Le manque ou l'inexistence de données, est l'un des faits saillants de la première étape de la création d'une entreprise, qui est *l'initiation ou l'idée du projet*, et qui consiste à l'identification de l'occasion d'affaires et la réflexion et le développement de l'idée d'affaires. Dans l'indisponibilité

de ces données, les porteurs de projets seront dans l'obligation d'aller chercher l'information ailleurs, soit chez un cabinet privée de conseils, chose qui n'existe pas en Algérie, soit auprès d'une *Organisation Non Gouvernementale (ONG)*, le cas de l'Association *Touiza-solidarité*, une activité qui n'est pas encore développé dans notre pays. Donc il ne reste qu'un seul repère, c'est bien leurs aînés dans le domaine des investissements.

A ce titre, on a aussi constaté l'absence d'un cadre d'échange entre les jeunes initiateurs de projets eux-mêmes d'une part, et entre ces derniers et leurs aînés d'autre part. Du moins, c'est ce que nous révèle notre enquête, car 69% des personnes interrogées (24 personnes) estiment n'avoir jamais demandé l'avis des anciens entrepreneurs opérant dans le secteur de leur choix. Selon leurs dires, ce serait une perte de temps, pour la simple raison que leurs avis seraient démotivants, dans la mesure où un concurrent de plus pour lui est synonyme d'un bénéfice en moins.

Nous avons vérifié cette thèse chez les 11 personnes ayant consulté leurs aînés, 55% (soit 6 personnes) déclarent avoir eu le sentiment de ne pas avoir été les bienvenus dans le groupe, car leurs avis ont été non seulement démotivants mais ils poussent à renoncer carrément à l'idée de création de l'entreprise. Un avis d'après eux, qui prend seulement en considération les risques et les inconvénients de l'activité et non pas les avantages de cette dernière.

Tout compte fait, si l'Etat ne les encourage pas et si leurs aînés dans l'activité les démotivent, leur entourage est la seule et unique source d'énergie qui leur reste. Pour se ressourcer, il faut qu'ils aillent donc demander de l'aide auprès de leurs familles, mais nous verrons que ce n'est pas le cas de tout le monde. Pour les personnes de sexe féminin, elles déclarent que la consultation de leurs familles est un passage obligatoire, un grand paramètre à prendre en considération dès la première étape de leurs projets. Par contre pour les personnes de sexe masculin, certains déclarent que la consultation de leur famille n'est pas obligatoire, le tableau ci-dessous, illustre cette consultation pour les deux genres :

Tableau 1 : Les personnes ayant demandé l'avis de leurs familles

Sexe	Oui	Non	Total
Masculin	15	7	22
Féminin	11	2	13
Total	26	9	35
%	74%	26%	100%

Source : Résultats de l'enquête

D'après les résultats de notre enquête, 32% des personnes interrogées de sexe masculin, soit sept (07) personnes, déclarent n'avoir jamais demandé l'avis de leurs familles, un avis qu'ils estiment sans influence. Par contre, 85% des personnes de sexe féminin, déclarent avoir consulté

leurs proches, parents et frères pour les unes et conjoint pour les autres. En totalité, c'est près de trois quarts des personnes enquêtées qui affirment avoir demandé l'avis de leurs familles, un avis qui n'est pas forcément motivant pour l'ensemble, c'est ce que nous illustre ce second tableau :

Tableau 2 : Les personnes ayant demandé l'avis de leurs familles

Sexe	Motivants	Démotivants	*NPC	Total
Masculin	13	2	7	22
Féminin	4	7	2	13
Total	17	9	9	35
%	49%	26%	26%	100%

Source : Résultats de l'enquête

Note : *NPC : Ne sont Pas Concernés (Personnes n'ayant pas demandé l'avis de leur entourage)

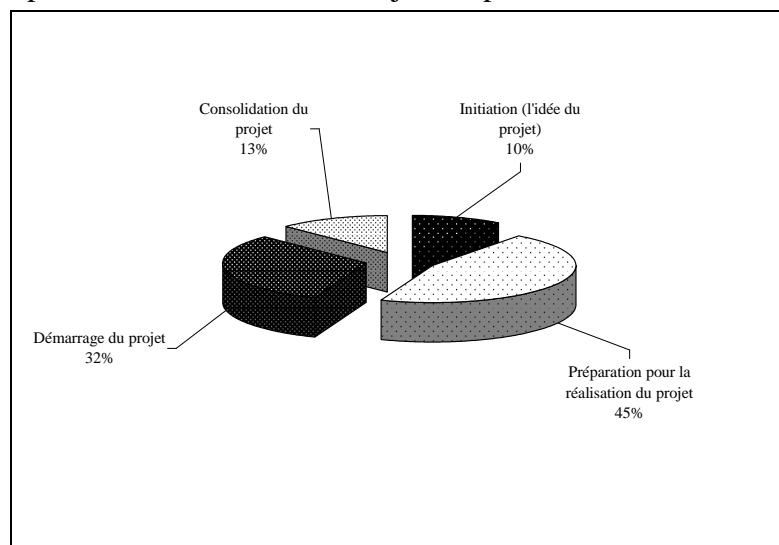
La lecture de ce tableau, nous renvoie à conclure que l'entrepreneuriat féminin est encore mal perçu dans notre société. L'avis de la famille, est une des contraintes très sévère à laquelle doit faire face toute femme désirant entreprendre, du moins, c'est ce que nous renseignent les résultats de notre enquête. En effet, sur les 11 personnes ayant demandé l'avis de leurs entourages, sept (07) d'entre elles déclarent que leurs parents et frères les ont démotivés dans leurs projets, par crainte d'échec ou de mésaventure, projet qui, selon elles, reste en instance, dans le souhait de le relancer dans le futur avec le soutien de leurs conjoints.

Quant aux personnes interrogées de sexe masculin, sur les quinze (15) ayant demandé l'avis de leurs parents et frères déclarent que ces derniers leur ont été d'un grand soutien moral d'abord et financier si le projet avait abouti. Enfin, dans l'ensemble et sans prendre en considération le genre des enquêtés, près de la moitié, soit 49%, estiment que leur seule source d'énergie à entreprendre est bien leur entourage familial.

5. Quelques contraintes à l'initiative entrepreneuriale

Par ce dernier point d'analyse des résultats de notre enquête, nous tenterons d'énumérer les contraintes auxquelles se heurtent les jeunes initiateurs de projets, et, du coup, de déduire mécanismes par lesquels l'Etat ou la société civile peuvent leur venir en aide. Mais avant d'en venir, nous verrons, toujours selon leur expérience, quelles sont les étapes nécessaires à franchir dans le sens de mettre au point leur projet, et où ils trouvent plus de difficultés. C'est ce que nous illustre le graphique ci-dessous :

Graphique 2 : Répartition des contraintes des jeunes promoteurs sur les 4 étapes de leur projet



Source : Résultats de l'enquête

Lorsque nous avons confectionné notre questionnaire, nous avons réparti le processus de création d'une entreprise en quatre étapes, comme suit :

Etape 1 (l'idée du projet) : Il s'agit dans cette première étape, de rechercher de l'idée du projet à travers :

- L'observation de la vie quotidienne pour connaître les besoins des gens et de quelle manière ils les satisfont ;
- La visite des salons et des foires ;
- La consultation des catalogues ;
- La discussion avec les fabricants et les utilisateurs des produits et des services.

Après avoir eu l'idée du projet, on passe à sa validation à travers :

- L'analyse des motivations, savoir-faire, compétences et contraintes professionnelles ;
- La connaissance des forces et des faiblesses des concurrents ainsi que leur manière de fabriquer et de vendre leurs produits.

Selon les résultats de notre enquête, cette première étape représente à elle seule une moyenne de 10% de l'ensemble de contraintes à la concrétisation de l'idée entrepreneuriale par les personnes interrogées. En effet, selon leurs déclarations, les obstacles de cette étape sont :

- L'absence de données économiques (banque de données) sur le secteur de leur choix ;
- La non collaboration de leurs aînés dans le recueillement d'informations nécessaires ;
- Un esprit d'entreprise plus au moins faible.

Ce sont ces trois raisons parmi d'autres qui handicapent les jeunes initiateurs de projets dans la prise de leur décision d'investir et sa validation.

Etape 2 (Préparation pour la réalisation du projet) : Dans cette deuxième étape, on se prépare à la réalisation du projet, il s'agit de :

- La mobilisation des ressources
- La mise en place des financements ;
- L'acquisition et l'installation des équipements ;
- Constitution de l'équipe entrepreneuriale.

Cette deuxième étape, est la plus délicate selon les personnes interrogées, car elle représente en moyenne 45% de l'ensemble de leurs contraintes et près de la moitié du parcours. Deux obstacles font la particularité de cette seconde étape, il s'agit d'abord du montage financier de leurs projets, face à des banques publiques souvent réticentes et trop longues dans le traitement des dossiers, et une lourde administration publique, caractérisée par la bureaucratie, qui impose un grand nombre de démarches pour créer une entreprise. A ces deux obstacles, s'ajoute celui rencontré par les jeunes initiateurs de projets dans le cadre de l'un des dispositifs publics d'aide à la création d'entreprise, à savoir peu d'orientation, peu d'expertise dans l'étude technico-économique de leur projet et enfin le non-suivi de leur dossier une fois transmis à la banque pour un long séjour parfois sans suite.

Etape 3 (Le démarrage du projet): Il s'agit d'une étape cruciale, car l'entreprise va être confrontée aux réalités de l'environnement, il s'agit de :

- L'enregistrement juridique de l'entreprise
- L'engagement à temps plein dans le projet
- L'aménagement des installations et des équipements
- Le développement du premier produit ou service
- L'embauche des employés
- La réaliser des premières ventes.

Quant à la troisième étape, elle aussi, cruciale dans tout processus entrepreneurial, représente une moyenne de 32% de l'ensemble des contraintes des personnes interrogées. Selon leurs déclarations, l'accompagnement de la part de l'Etat ou d'une ONG serait d'un apport considérable, il leur permettra de faire leurs premiers pas dans le monde des affaires sans erreurs.

Etape 4 (la consolidation du projet) : La première vente du produit ou du service marque l'entrée de l'entreprise dans une nouvelle étape que nous avons appelée « consolidation », étape souvent traitée dans les écrits comme étant celle du « post-démarrage » ou du « développement »¹, il s'agit de :

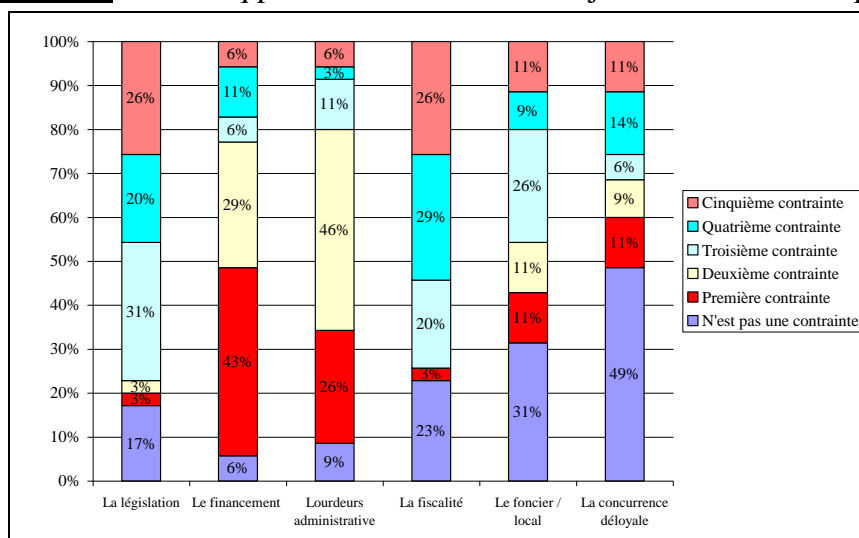
- Réaliser des activités de promotion ou de marketing

- Vendre à grandes quantités
- Atteindre le seuil de rentabilité
- Gestion et planification formelle

Enfin une quatrième et dernière étape, bien que les personnes interrogées estiment qu'ils ne sont pas les mieux placés pour la juger, mais selon leur situation actuelle, ils déclarent que cette étape représente une moyenne de 13% de l'ensemble de leurs contraintes. Selon leurs dires, l'une des plus grandes contraintes de cette dernière étape est certainement la persistance des lourdeurs administratives et les problèmes de refinancement.

Toujours à propos des obstacles auxquels se heurtent les jeunes initiateurs de projet et sur une question relative aux cinq premières contraintes des personnes interrogées, leurs réponses sont illustrées par le graphique ci-dessous :

Graphique 3 : Les cinq premières contraintes des jeunes initiateurs de projets



Source : Résultats de l'enquête

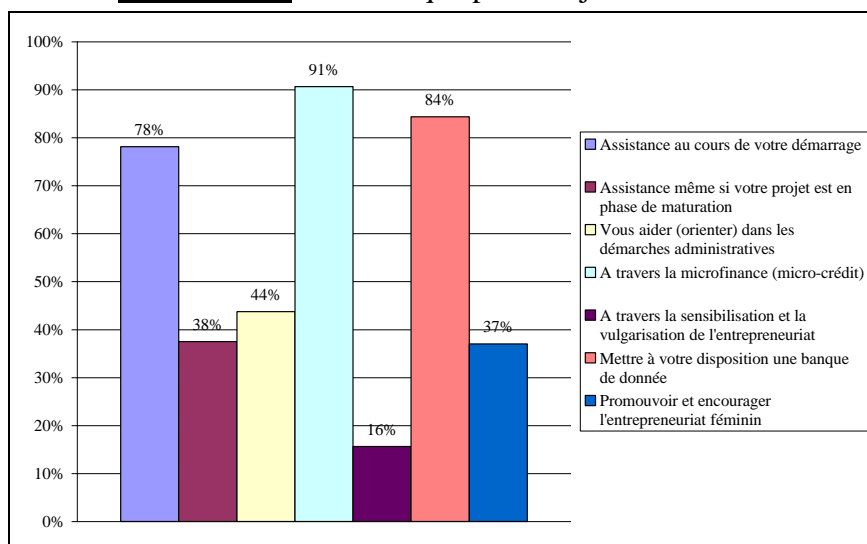
D'après ce graphique, on peut retenir deux remarques relatives aux contraintes auxquelles se heurtent les personnes que nous avons interrogé, il s'agit de :

- *La contrainte du financement* : Celle-ci est classée première par 42% des personnes enquêtées et par 29% comme seconde.
- *La contrainte administrative* : Il s'agit des entraves liées aux lourdeurs administratives, elle est évaluée par 26% des personnes rencontrés comme première contrainte et par 46% comme seconde.

A noter aussi que le foncier et/ou les locaux à usage commercial et la concurrence déloyale, représentent respectivement la première contrainte pour 11% des personnes questionnées et enfin pour la législation et la fiscalité, ils sont troisième au podium des contraintes, respectivement par 31% et 20% des personnes enquêtées.

Enfin, sur une question relative au rôle que peuvent jouer les ONG et la société civile en général dans leur contribution à la réussite de processus de création d’entreprises dans toutes ces étapes, 91% des personnes que nous avons questionnés, étaient unanimes à dire que si ces organisations étaient développées en Algérie, comme dans les autres pays développés, leurs projets qui n’ont pas abouti, auraient pu voir leur jour. Quant aux mécanismes d’interventions, ils sont illustrés par le graphique ci-dessous :

Graphique 4 : Le rôle que peuvent jouer les ONG



Source : Résultats de l’enquête

Cette dernière illustration graphique de notre enquête de terrain, nous renseigne sur certains mécanismes d’intervention des ONG et de la société civile à travers les points suivants :

- *Assistance au cours de votre démarrage* : Sur les 35 personnes interrogées, 78% ont exprimé leur besoin d’assistance et d’accompagnement au cours du démarrage de leurs activités, un souhait exprimé aussi par les entrepreneurs rencontrés dans le cadre de notre première enquête, surtout les bénéficiaires des dispositifs Ansej et l’Angem. En France par exemple, le parrainage permet aux jeunes initiateurs de projets de bénéficier de l’expérience de personnes expérimentées dans le domaine de l’entrepreneuriat, il peut s’agir de cadres dirigeants, d’experts comptables, d’enseignants universitaires ou d’anciens chefs d’entreprises à la retraite. En Algérie, il existe (malheureusement que dans les textes) deux projets allant dans ce sens, il s’agit des pépinières d’entreprises et des centres de facilitation, mais ces deux structures n’arrivent pas à voir réellement le jour.
- *A travers la microfinance (micro-crédit)* : L’expérience des autres nous démontre que les personnes exclues du système bancaire peuvent être bancarisables et ce à travers les Institutions de Microfinance (IMF), des structures qui ne se soucient pas que du remboursement de la dette mais

aussi de la réussite de la personne financée. Sur ce point, 91% des personnes interrogées estiment que les ONG et la société civile peuvent agir en développant l'activité de la microfinance.

- *Mettre à votre disposition une banque de donnée* : L'une des faiblesses de tout porteur de projet est l'inexistence de données stistico-économiques relatives aux créneaux de leurs choix, un vrai handicap pour la conception de l'idée d'entreprendre et sa validation. Selon les résultats de notre enquête, 84% des personnes questionnées, estiment qu'il est souhaitable que les mouvements associatifs interviennent dans ce sens afin de concevoir une banque de données au service des jeunes initiateurs de projets. Dernières nouvelles, l'Etat algérien vient de créer un nouveau ministère chargé des prospectus et des statistiques économiques, à l'issu du récent remaniement gouvernemental, dans l'espoir que ce nouveau département produise une information économique fiable.

- *Promouvoir et encourager l'entrepreneuriat féminin* : Ce dernier point que nous n'avons pas prévu dans notre questionnaire, nous a été signalé par les personnes enquêtées de sexe féminin. Pour rappel, notre échantillon comporte 13 femmes (37% de l'ensemble), toutes diplômées, elles sont victime d'une société qui perçoit encore mal l'entrepreneuriat féminin. A travers l'implication de la société civile, elles espèrent que cette dernière parvienne à instaurer une culture d'entreprise chez les femmes, rurales surtout, car ces dernières regorgent de grandes potentialités. L'Angem est pionnière dans ce genre d'initiative, elle prévoit en collaboration avec l'Union Nationale des Femmes Algériennes (UNFA), de faire du porte à porte, dans les milieux urbains comme dans les milieux ruraux, afin de sensibiliser les femmes à entreprendre. Le problème malheureusement ne se réside pas chez les femmes seulement, mais chez leurs familles aussi. Donc il s'agit d'un projet de société qui n'implique pas seulement l'Etat et les mouvements associatifs, mais aussi et surtout, la première cellule de la société qui est la famille (parents, frères et conjoints).

Conclusion

En plus du cadre informel (réseau familial, personnel, entourage...) moins encourageant, et parfois démotivant notamment pour le sexe féminin, le jeune initiateur de projet de la wilaya de Bejaia, et par extension de toute l'Algérie, fait face à un environnement formel contraignant sur toute la ligne du processus nécessaire à la concrétisation de son idée entrepreneuriale. Les contraintes de cet environnement se posent avec plus d'acuité dans l'étape qui précède le démarrage de l'activité, en l'occurrence l'étape de la préparation pour la réalisation du projet (mobilisation des différentes ressources nécessaires, financières, techniques, humaines,...) ; la nature des contraintes liées à cette étape tient aussi bien au difficile accès au financement bancaire (réticence, lenteur,...des banques), qu'aux lourdeurs administratives dans le traitement des dossier et à la longue démarche administrative imposée pour l'enregistrement au registre du

commerce. Qui plus est, ces mêmes contraintes accompagnent l'initiateur de projet sur tout le reste de son parcours, voire même au cours du développement de son entreprise.

Ceci étant, la volonté des pouvoirs publics, exprimée à travers les différents dispositifs d'aide, s'avère insuffisante ou moins efficace ; car les jeunes initiateurs de projet éprouvent des difficultés réelles à en bénéficier, au point d'en développer un sentiment de méfiance. L'insuffisance et l'inefficacité des dispositifs publics en place s'expriment à travers le manque de vulgarisation et de sensibilisation à l'égard de ces mêmes dispositifs, le non suivi ou la lenteur dans le traitement des demandes, poussant les concernés à opter pour les relations informelles, l'absence de l'accompagnement sur le terrain, l'absence d'une banque de données sur les tendances et les caractéristiques des marchés à investir (aggravé par l'absence de cabinets privés de conseil ou les ONG spécialisés),...A moins que les pouvoirs publics se donnent d'atténuer ces contraintes, leur effort en l'état actuel ne saurait donner de l'impulsion à l'essor de l'entrepreneuriat.

الإحالات والمراجع :

Bibliographie :

- AUDRETSCH (David-B) KEILBACH (Max-C) LEHMANN (Erik-E): Entrepreneurship and Economic Growth. Oxford University Press. USA. 2006.
- BAUMOL (William J.): Small Enterprises, Large Firms and Growth. In LUNDSTRÖM Anders (ed) : The Role of SMEs and Entrepreneurship in a Globalised Economy. Expert report no. 34 to Sweden's Globalisation Council. 2009.
- CARREE (Martin-A) et THURIK (A. Roy): The Impact of Entrepreneurship on Economic Growth. In Zoltan J. Acs, David B. Audretsch, Handbook of Entrepreneurship Research. Springer Science + Business Media. 2010.
- FACCHINI (François): Entrepreneur et croissance économique : développements récents. Revue d'économie industrielle N 119, 3e trimestre, 2007.
- JULIEN (Pierre-André) : Entrepreneuriat régional et économie de la connaissance : Une métaphore des romans policiers. Les Presses de l'Université du Québec, 2005.
- JULIEN (Pierre-André) et C, SCHMITT : De la vision libérale à la vision sociale de l'entrepreneuriat. Dans : regards sur l'évolution des pratiques entrepreneuriales. Presses de l'Université du Québec. 2008
- OCDE: Encourager l'entrepreneuriat en tant que moteur de la croissance dans une économie mondialisée. Istanbul, 2004

1. Louis Jacques FILION, Étude du processus de création d'entreprises structuré en quatre étapes, 8^{ème} Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et Pme, « *L'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales* », 25, 26, 27 octobre 2006, Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse.