

L'internationalisation des PME algériennes : Un potentiel inexploité ?

KAMEL Warda *

Abstract :

L'internationalisation des PME est un sujet qui suscite à présent un vif intérêt au regard de l'étude des économies des pays en développement et particulièrement pour ceux qui souffrent de la dépendance excessive vis-à-vis des exportations des hydrocarbures. La question du développement des PME à l'international apparaît comme une des solutions face à cette impasse. Cet article vise à mettre en évidence les principales contraintes qui pèsent sur le potentiel du développement des PME algériennes. Dans un contexte de mondialisation ces entreprises doivent non seulement survivre mais aussi de se montrer compétitives afin de préserver leur part de marché sur le territoire national pour s'intégrer dans l'économie mondiale, dans la mesure où le marché international n'est que le prolongement du marché local

Mots Clés : PME, Algérie, Internationalisation, Economie rentière, Contrainte, Compétitivité, commerce externe.

Abstract

The internationalization of SMEs is a subject which is now attracting considerable interest in the study of developing countries, particularly for those who are suffering from excessive dependence on exports of hydrocarbons. The question of the development of SMEs seems to be one of the solutions to this impasse. This article aims to highlight the main constraints burden on the development potential of Algerian SMEs, because in a context of globalization these companies must not only survive but also to be competitive in order to preserve their market share on the national territory and to be able to integrate into the world economy.

Key words: SMEs, Algeria, Internationalization, rentier economy, constraints.

1. Introduction:

L'une des problématiques majeures pour les entreprises des pays en développement ces dernières décennies consiste en l'accroissement de l'impact de l'environnement sur les entreprises. Il s'agit d'un monde ouvert sur toutes les contingences environnementales, notamment dans le phénomène de la mondialisation¹.

Le tissu industriel algérien se compose principalement de petites entreprises. Cependant elles représentent une part marginale des exportations hors hydrocarbures. Leur faible engagement à l'international s'explique d'abord par un environnement institutionnel qui a encouragé le comportement rentier. Cet environnement est par ailleurs marqué par une faible protection des droits de propriété et un système financier favorisant les grandes entreprises étatiques. Les réformes économiques actuellement engagées sont en fait inefficaces car elles ne modifient en rien ces dysfonctionnements institutionnels².

L'intérêt suscité à l'internationalisation des PME est devenu un phénomène mondial. Les PME représentent une force principale de croissance économique en raison de leur contribution à la création d'emplois, de dynamisme international et de flexibilité aussi bien pour les pays industrialisés avancés que pour les économies en développement.

Prenant conscience de cet intérêt, l'Algérie s'intéresse d'avantage à l'internationalisation des PME pour en faire la pierre angulaire du développement économique, ainsi que pour se libérer de la dépendance envers les hydrocarbures.

L'objectif de cet article est de mettre en évidence les contraintes qui pèsent sur le potentiel d'internationalisation des entreprises algériennes et les conditions qui faciliteront leur intégration à l'économie mondiale sous formes de perspectives d'amélioration de l'environnement institutionnel des PME.

* Université Oran 2

Cet article est structuré en trois sections. D'abord, nous passons en revue les principaux travaux théoriques et études empiriques qui ont été réalisés en la matière, ensuite nous abordons la question de l'internationalisation des pays émergent et en développement et enfin nous étudions la PME algérienne où nous mettons en évidence les principales contraintes qui pèsent sur leur potentiel d'intégrations dans l'économie mondiale.

2. L'internationalisation des entreprises : Une revue de la littérature

Le concept d'internationalisation a plusieurs significations qui varient selon le contexte dans lequel il est employé. Appliqué aux entreprises, une distinction se fait entre l'exportation lorsque l'entreprise est en voie d'ouverture et ne fait que vendre à l'étranger et la mondialisation. La mondialisation est le résultat de l'expansion des grandes firmes, notamment par le biais des IDE, passées d'entreprises nationales à des multinationales intégrées, puis diversifiées pour atteindre enfin le stade des entreprises mondiales¹. Désormais, l'internationalisation se voit comme un moyen irréversible pour la survie des entreprises face au mouvement de la mondialisation².

Nous considérons ici que la question de l'internationalisation des entreprises renvoie à une approche holistique résultant de la prise en compte conjointe de trois écoles de pensée incrémentale développée par l'approche behavioriste, la pensée des alliances avec les théories des réseaux et, enfin, la pensée économique avec les théories des investissements directs étrangers (IDE).

1. L'approche behavioriste

Cette approche comprend deux modèles analysant le processus l'internationalisation des entreprises : le modèle Uppsala (U-modèle) et le modèle d'Innovation (I-modèle). Ces modèles décrivent l'internationalisation comme un processus séquentiel, linéaire, et réactif en s'appuyant sur l'apprentissage progressif.

Le U-modèle a été développé au début par Johanson et Wiedersheim-Paul (1975)³ puis par Johanson et Wiedersheim-Paul (1977)⁴. Le modèle appréhende l'internationalisation comme un processus séquentiel incrémental, qui s'effectue en quatre étapes obligatoires pour l'entreprise : absence d'exportation régulière, l'exportation via un agent indépendant, implantation d'une filiale commerciale et en fin implantation d'une filiale de production.

Ce processus est caractérisé par l'engagement graduel croissant des ressources à chaque étape et par une meilleure perception du risque en s'appuyant sur deux concepts l'apprentissage progressif et la distance psychologique. Ainsi, l'entreprise entamerait son processus d'internationalisation en exportant vers les pays proche psychologiquement puis au fur et mesure qu'elle cumule de l'expérience vers les pays plus éloignés psychologiquement.

Le I-modèle le plus connu a été développé par Bilkey et Tesar (1977)¹, dans ce modèle l'internationalisation est présentée comme une innovation au sien de l'entreprise, une approche d'apprentissage. Le modèle considère que chaque étape du processus s'inscrit en séparation avec l'autre et constitue une innovation qu'il s'agit de bien gérer².

Malgré sa portée, l'approche behavioriste a fait l'objet de nombreuses critiques.

- Elle ne prend pas en considération le scénario de dés-internationalisation, car les entreprises peuvent être amenées à revenir à une étape de développement antérieure remettant en cause le caractère déterministe et irréversible du U-modèle³.
- Son incapacité à expliquer pourquoi les entreprises ne prennent pas en considération l'acquisition comme moyen d'entrée sur les marchés internationaux⁴.
- Son incapacité à expliquer les raisons et les conditions du passage d'un stade du processus à un autre. Ce qui ne laisse pas envisager l'échec car l'internationalisation s'exprime de ce fait, comme un engagement quasi-automatique vers une étape ultime: la firme multinationale⁵.
- Son impuissance à prendre en considération la dimension entrepreneuriale dans le processus d'internationalisation⁶.
- Son incapacité à expliquer le phénomène des entreprises « nées globales » qui s'internationalisent dès leur création⁷.

2. L'approche par les réseaux

Cette approche s'est développée au sein de l'école Uppsala. Elle se focalise sur l'importance de la position de l'entreprise dans un réseau d'affaire, tout en expliquant les motivations et modalités d'internationalisation avec la prise en considération des interférences de l'entreprise et de son environnement.

La mise en place des opérations financières, technologiques, et de marché, avec les autres acteurs du réseau, accordent aux firmes la possibilité d'étendre progressivement leurs relations et leurs activités au-delà des frontières nationales afin qu'elles deviennent internationales. Ces rapports conduisent la firme vers des relations internationales généralement voulu mais non calculées¹.

Johanson et Mattson (1988)² appréhendent l'internationalisation comme un processus cumulatif dans lequel les relations sont établies, développées et maintenues de façon continue afin de réaliser les objectifs de la firme, et stipule que le modèle traditionnel est biaisé quand l'entreprise et le marché sont fortement internationalisés car le degré d'internationalisation du marché affecte les facteurs qui conduisent l'entreprise à s'internationaliser.

Ces auteurs, ont mis en avant un modèle d'internationalisation par les réseaux qui intègre le degré d'internationalisation de l'entreprise avec le degré d'internationalisation du marché. Quatre situations d'internationalisation ont été identifiées (Premier entrant, Seul à l'international, Dernier entrant, Plusieurs à l'international), où la stratégie d'internationalisation des entreprises est associée au besoin de développement des connaissances sur le marché, d'ajustement et d'exploitation des relations établies dans le réseau.

3. L'approche économique

La pensée économique traitant le phénomène de l'internationalisation des entreprises émane le plus souvent de la théorie du commerce international, et plus particulièrement de la partie qui traite les investissements directs étrangers (IDE). Ruzzier et al. (2006)³ ont résumé cette approche dans trois principaux courants théoriques.

- La théorie d'internalisation selon laquelle les entreprises peuvent étendre leurs activités à l'international dans le cadre d'opérations d'intégration verticale en amont ou en aval¹.
- La théorie des coûts de transactions où l'internationalisation, en particulier ses modes d'entrée, est vue comme le résultat d'un choix fait par l'entreprise entre l'internalisation et l'externalisation (confier des opérations à des tiers) des activités. Cette théorie qui constitue un prolongement de la théorie de l'internalisation a été développée par Williamson (1975)².
- Le paradigme éclectique de Dunning (1988)³ (OLI) qui se fonde sur la théorie d'internalisation, et appréhendent l'internationalisation en fonction de trois types d'avantages pour expliquer l'internationalisation : Ownership advantages qui sont spécifiques à l'entreprise et relatifs à l'accumulation de ressources intangibles (avancée technologique, expérience.); Localisation advantages constitués par des facteurs institutionnels et productifs dans un endroit géographique ; Internalisation advantages : capacité de l'entreprise à gérer et coordonner ses activités en interne.

Toutefois, l'apport de l'approche économique reste limité pour expliquer le comportement international des entreprises et sa dynamique. Divers travaux théoriques et empiriques qui s'inscrivent dans l'approche comportementale ont tenté de conceptualiser le processus par lequel les entreprises débutent, développent et soutiennent leur engagement à l'international. Cette approche est conçue pour analyser l'internationalisation des grandes entreprises et éprouve des difficultés pour expliquer l'internationalisation des PME.

Les théories présentées précédemment nous donnent une idée de la diversité des formes du fait de « La complexité du processus d'internationalisation, englobant entreprises et pays de structures très différentes, empêche l'émergence d'une théorie générale du processus »⁴. La difficulté à faire émerger un modèle unique est accentuée par les spécificités institutionnelles et locales qui contribuent fortement à la détermination des choix des entreprises.

2. L'internationalisation des PME des pays émergents et en développement

La question du développement des PME des pays émergents et en de développement a reçu une attention particulière ces dernières années. Il existe une prise de conscience récente du fait que les PME peuvent jouer un rôle positif dans la mondialisation grâce à leur compétitivité.

Les économies émergentes se détournent des politiques de substitution aux importations vers la croissance tirée par les exportations. Par exemple les PME représentent environ 40% des exportations en Corée (1999), en Chine elles contribuent pour près de 70 % des exportations¹. Après la crise qui a frappé l'Indonésie en 1997-1998, le succès des PME dans leur trajectoire d'internationalisation fut l'un des principaux éléments qui ont permis le redémarrage de l'économie.

Il se trouve qu'il y a un lien fondamental entre l'environnement local des PME et leur capacité à exporter. En Indonésie les entreprises qui travaillent dans les secteurs où se trouve plusieurs entreprises exportatrices et des investisseurs étrangers et qui ont un accès plus facile que les autres aux financements bancaires, ont tendance à exporter une grande partie de leur production, et ceci quelle que soit leur taille². On constate donc, que le succès des entreprises à l'international dépend d'abord de leur environnement général.

D'après la théorie des institutions, les stratégies menées par les PME afin de s'internationaliser vont être freinées, du fait qu'elles évoluent dans un environnement institutionnel marqué par le sous-développement du système financier³. Il est reconnu que les PME issues des pays en développement ne possèdent pas les ressources nécessaires technologiques, managériales...etc.) pour développer et accroître leurs exportations.

L'élément fondamental qui a permis le succès des PME chinoises durant leur trajectoire d'internationalisation, est celui de leur capacité à créer des réseaux qui lui permettent d'identifier des opportunités à l'exportation, de bénéficier des conseils ainsi que d'établir des relations de confiance. Les PME turques ont su exploiter des opportunités à l'export, c'est ce qui leur a permis de survivre dans un marché intérieur difficile.

Avant, on pensait que c'était principalement la taille et les ressources insuffisantes qui entravent le processus d'internationalisation des PME. C'est l'apport du modèle Uppsala. Mais ce modèle a été remis en cause, du fait des NTIC, les PME peuvent s'internationaliser dès leur conception¹.

Les politiques d'ouverture économique adoptées par les pays en développés, imposent aux PME de se montrer compétitive afin de survivre face à la concurrence étrangère, ce qui les amène à chercher d'identifier de nouvelles opportunités sur les marchés étrangers².

La mondialisation et les stratégies suivies par les multinationales ont eu un impact sur les stratégies d'internationalisation des PME. Les PME indiennes ont réussi à développer des activités à l'international en étant intégrée dans la chaîne de valeur des multinationales ou grâce aux nouvelles stratégies d'internationalisation des achats des leaders mondiaux de la distribution³.

Les PME chinoises suivent un nouveau paradigme d'internationalisation, en cherchant à développer leurs exportations, essayent plutôt d'acquérir de nouvelles connaissances qui les permettront d'être plus compétitives. Cette stratégie du « dernier arrivé » désigne un élément important pour être plus compétitifs sur les marchés étrangers est celui de la capacité d'attirer des investissements directs étranger.

Il a été admis que les programmes qui visent à protéger les PME sont inefficaces et qu'il est préférable de se focaliser sur les politiques visant à améliorer l'environnement global des entreprises à attirer les investisseurs étrangers, à accroître la concurrence avec les entreprises étrangères et à faciliter leur accès au système financier. Il faut simplifier l'environnement réglementaire des PME, c'est ce qui va stimuler leur compétitivité. Dans ce sens, qu'il n'est pas étonnant que les PME des pays en développement soient incapables de répondre aux incitations étatiques.

Pourtant, les travaux théoriques ont démontré que les imperfections du marché induites par des asymétries d'informations, les externalités et les droits de propriété insuffisants vont limiter le développement des PME et peuvent les conduire à faire le mauvais choix quant à la décision de s'internationaliser¹.

L'approche libérale mise en place, dont l'objectif est de stimuler le développement des PME dans les pays d'Europe orientale, durant la période de transition, qui consiste dans des programmes de soutien fondé sur un rôle minimal de l'État et l'acceptation totale des conditions du marché ont conduit à des résultats peu satisfaisants.

Les programmes de soutien aux PME peuvent être efficaces en leur permettant de développer leur activité à l'international. Tambunan (2008)² avance que les interventions directes de L'État comme la formation à l'export ou indirecte, l'amélioration des infrastructures peuvent s'avérer très efficaces afin d'accroître les exportations des PME. Il analyse la question du développement des PME dans les pays en développement en s'intéressant à deux questions : à la survie des PME dans le cadre du développement économique et à l'importance des programmes de promotion du gouvernement pour le développement des PME ?

La recherche fait valoir que les PME des pays en développement peuvent survivre et même se développer sur le long terme, pour trois raisons principales : Elles créent un marché de niche pour eux même, elles agissent comme un dernier recours pour les pauvres et enfin elles vont grandir avec les grandes entreprises en raison de leur lien de production de plus en plus important tout en procédant sous la forme de sous-traitance.

C'est la manière dont ces programme ont été appliqués dans ces pays qui pose problème plutôt que leur existence, car ces programme été centrés sur des objectifs d'équité et pas assez sur la compétitivité.

3. La PME dans l'économie algérienne

1. Algérie, une économie internationalisée

L'image d'un pays en transition et particulièrement de l'Algérie comme une économie diversifiée et internationalisée n'a pas été toujours favorable, bien souvent l'Algérie a été présentée à travers ces problèmes de dépendances aux hydrocarbures (l'économie algérienne est financée à 96% par des recettes des exportations des hydrocarbures), aux importations ainsi qu'à travers la vulnérabilité de son économie aux fluctuations du prix du baril du pétrole (une chute de 1 dollar du prix du pétrole se traduit par une perte pour le trésor de 30 milliards de dinars CNES 2000 P 206).

L'objectif de l'Algérie est de promouvoir une croissance qui tire sa dynamique de l'intérieur du système industriel national, tout en mettant en place un climat économique propice à la création d'emplois, au développement d'un secteur privé compétitif, à l'accroissement des flux d'investissements et au soutien de l'innovation.

Dès le début des années 90, l'Algérie s'est engagée dans un processus de transition d'une économie centralisée à une économie de marché qui a imposé une politique de réformes structurelles rendant possible le rétablissement des équilibres macroéconomiques et la libéralisation de l'économie. Ces réformes ont permis d'améliorer certaines performances en termes de croissance du produit intérieur brut et le développement d'un secteur privé plus dynamique, attirant ainsi un plus grand flux d'investissement directs étranger (CNUCED, 2004. Par conséquent les entreprises locales pourront bénéficier des externalités positives de ces investissements (transfert de technologie et de savoir-faire, accès aux marchés internationaux, et création d'emplois).

Les pouvoirs publics ont pris des dispositions réglementaires, de ce fait plusieurs organismes chargé de la promotion du commerce extérieur, de l'investissement direct étranger et de l'accompagnement des entreprises locale dans leurs activités étrangères, ont été créé tels que : l'Office Algérien de Promotion du Commerce Extérieur (PROMEX), qui a été remplacé en 2004 par l'Agence Algérienne de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX), la Compagnie Algérienne d'Assurance et des Exportations (CAGEX), les Chambre de Commerce et de l'Industrie et la Société Algérienne des Foires et des Expositions (SAFEX), le Conseil National de l'Investissement (CNI), l'Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI), le Ministère de l'Industrie et de la Promotion des Investissements (MIPI).

Pour renforcer sa libération l'Algérie a signé un accord d'association de libre-échange avec UE en 2001, entré en vigueur en 2005, l'objectif à terme est l'adhésion à l'OMC.

On peut interpréter l'internationalisation des entreprises algériennes dans trois contextes: dans les réformes économiques entreprises vers l'économie de marché, le soutien du gouvernement au développement du secteur privé, et le changement du cadre institutionnel matérialisé par le code des investissements de 1993, complété par l'ordonnance de 2001, ouvrant un plus grand espace aux investissements directs étrangers.

2. L'état actuel de la PME algérienne :

Le secteur des PME en Algérie est un secteur naissant, sa création remonte principalement aux années 2000. Les statistiques indiquent que près de 75% d'entre elles ont été créés au cours de la période de 1995-2000, et que plus de 35% entre la période 2000-2005.

Avec l'adoption du nouveau code sur les investissements en 1993¹, des avantages substantiels ont été accordés pour les investisseurs. En 2000, les autorités publiques ont mis en œuvre des programmes de mise à niveau pour développer le secteur des PME, l'objectif est d'améliorer la performance de la PME et de l'insérer dans l'arène de la concurrence nationale qu'internationale. En 2001², dans le cadre de la loi d'orientation sur la PME, des dispositions encourageant le développement des investissements ont été renforcées. De ce fait, le nombre des PME connaît une croissance continue, le tableau suivant permet de chiffrer cette croissance.

Tableau N° 1: Evolution des PME/PMI en Algérie de 2010 au 1^{er} semestre 2016

Année	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Privées	618515	658737	711275	777259	851511	934037	1013637
Publiques	557	572	557	557	542	532	438
Total	619072	659309	711832	777816	852053	934569	1014075

Source : réalisé par nos soins sur la base des bulletins d'informations statistiques du ministère de l'industrie, des mines, des PME, et de la promotion des investissements.

A la fin du 1^{er} semestre 2016, le nombre total des PME s'élève à 1014075 entités, celle appartenant au secteur public représentent que 0.04% du total des PME existante au niveau national. Les PME privées représentent plus que 99,95%, dont 69% d'entre elles sont localisées au nord, suivie par la région des Hauts-Plateaux avec 22% et les régions du Sud avec 9%. Ces PME sont concentrées au niveau du secteur des services (le transport en particulier), l'Artisanat et le BTPH (le Bâtiment en particulier).

Les PME issues des pays en développement, certaines d'entre elles sont économiquement viables sur le long terme, mais un grand nombre ne le sont pas. Puisque elles font face à la fermeture ou à la mise à niveau très difficile, en particulier avec la libéralisation des importations, l'évolution technologique, et la demande de la qualité supérieure. Cependant, l'existence ou la croissance de ce type d'entreprise peut être considérée comme une phase précoce de développement de l'esprit d'entreprise¹.

En dehors de quelques grandes entreprises, le tissu industriel algérien se constitue des PME/PMI. Le tableau N°2 montre que près de 97% de ces PME sont des TPE, se situant sur la tranche d'effectifs 0-9 salariés. D'après une étude sur les PME iraniennes², la prédominance des TPE peut s'expliquer par le caractère rentier de l'économie, tout en soulignant que les perspectives de rentabilité sont beaucoup plus élevées dans les secteurs de commerce et de l'immobilier, le secteur privé n'a aucune incitation à investir dans les PME du secteur industriel.

Tableau N°2 : typologie des PME

Type des PME	Nombre de PME	%
TPE (effectif de moins de 10 salariés)	983 653	97
PE (effectif entre 10 et 49 salariés)	27 380	2.7
ME (effectif entre 50 et 249 salariés)	3 042	0.3
Total	1 014 075	100

Source : Bulletin d'information statistique du ministère de l'industrie et des mines (novembre 2016).

On retrouve une structure industrielle marquée par un tissu d'entreprise hétérogène, d'un côté, on trouve une multitude de très petites entreprises appartenant au secteur privé et de l'autre un petit nombre de grandes entreprises publiques, comme nous l'avons souligné précédemment, c'est ce qui caractérise le tissu industriel algérien, cela était expliqué par trois facteurs:

- des coûts de transaction élevés, notamment liés à des dysfonctionnements de la justice commerciale, ont poussé les PME à limiter leur développement. Par ailleurs, la politique publique vise surtout à protéger les grandes entreprises publiques, à travers notamment un accès privilégié aux financements du secteur bancaire dominé par le secteur public. Les PME ne peuvent souvent se financer qu'à travers l'autofinancement ou l'accès au système financier informel, avec évidemment des taux d'intérêt beaucoup plus élevés. Les très petites entreprises du secteur privé ont donc eu un accès difficile au système bancaire, ce qui freiné leur développement. Enfin, il leur est quasiment impossible de venir concurrencer
- les grandes entreprises qui opèrent aussi sur des marchés à caractère monopolistique, ce qui limite leur développement¹.

Les entreprises algériennes sont caractérisées dans les traits suivants²: Elles sont concentrées dans des créneaux que le secteur public a délaissé, ce qui les a confié des positions de monopole, elles sont rentière et peu génératrice d'innovation; elles sont familiales et peu enclines à l'ouverture du capital aux étrangers; Une partie de leurs activités se pratique dans l'informel; Leur marché est local et national, très rarement international. Leur collaboration avec les autorités publiques n'est pas assez développée; Leurs techniques de croissance (cession, fusion, regroupement..) sont non maîtrisées et non utilisées; elles possèdent des ressources sous-utilisées faute d'un environnement peu propice aux affaires.

3. L'importance des PME pour la diversification de l'économie algérienne :

Le caractère rentier de l'économie algérienne est perçu parmi les principaux facteurs freinant l'internationalisation des PME. Dans une économie rentière, l'objectif visé par tous acteurs économiques est celui d'obtenir une part importante de cette rente plutôt que de procéder à la création de nouvelles richesses³.

Il existe aujourd'hui, une prise de conscience en Algérie que les PME peuvent contribuer à la diversification de l'économie nationale et au développement des exportations. Comme le souligne Julien (1994)⁴, les PME sont considérées comme le moteur de la croissance économique et contribuent à la création d'emplois durables et à l'augmentation de la valeur ajoutée dans de nombreux pays, quelle que soit leur catégorie: développés, émergents ou en développement.

En Indonésie, une économie de rente pétrolière, les PME représentent plus 90% de toutes les entreprises en dehors du secteur agricole. Elles représentent la plus grande source d'emploi, en fournissant des moyens de subsistance à de plus de 90% de la population active du pays, en particulier les femmes et les jeunes⁵.

En Iran, une économie rentière, les PME seraient à l'origine de la majorité des emplois puisque 55% des personnes dans l'industrie travaillent dans des entreprises moins de 100 employés et il est très vraisemblable qu'il en soit de même dans les autres secteurs¹.

En Algérie la contribution des PME à la création de l'emploi a connu une évolution significative. De 10% en 2001, cette part est passée à plus de 15 % en 2007, elle représente aujourd'hui plus 18 % de l'emploi total. Cette évolution est représentée dans le tableau suivant :

Tableau N° 3: part des PME dans l'emploi global durant la période 2001-2013

Année	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2013
Emploi total	6228	6693	6684	77988	8044	8868	8594	9146	9472	9735	
	772	250	057	412	220	804	843	000	000	000	
Emploi dans les PME	6391	5985	9129	10639	1157	1252	1355	1540	1649	1625	2001
	40	09	49	53	856	647	399	209	784	000	892
Pourcentage	10,26	8,94	13,66	13,64	14,4	14,2	15,77	16,85	17,42	18,01	

Source : réalisé par nos soins sur la base des données de L'ONS et du ministère de l'industrie, des PME et de la promotion des investissements.

En 2008 la part de la valeur ajoutée générée par le secteur privé est de 82. 45% du PIB hors hydrocarbure, réalisant un chiffre d'affaire de 3 551,33 milliards de DA, avec un taux d'évolution de 12, 6% par rapport à l'année dernière. Cette part continue à accroître d'année en année (tableau N°4). La participation des PME algériennes dans la création de la richesse est restreinte (1,3% du PIB), alors qu'elle est d'ordre de 56 % du PIB en France².

Tableau N° 4: Evolution du PIB par secteur juridique hors hydrocarbure (2009-2013)

Unité : Milliards de Dinars

	2009	%	2010	%	2011	%	2012	%	2013	%
Part du public dans le PIB	816,8	16,4	827,5	15,0	923,3	15,2	793,3	12,0	893,2	11,7
		1	3	2	4	3	8	1	4	
Part du privé dans le PIB	4162,02	83,5	4681,68	84,9	5137,46	84,7	5813,02	87,9	6741,19	88,3
Total	4978,82	100	5509,21	100	6060,8	100	6606,404	100	7634,43	100

Source : Bulletin d'information statistique. Avril 2015.

En dépit du potentiel que recèle l'Algérie dans les domaines de l'agriculture, la pêche, l'industrie manufacturière et agroalimentaire, les exportations hors hydrocarbures ont demeuré marginales avec 5,46% des exportations globales en 2015 et avec 6, 45% pour le 1^{er} semestre 2016 soit une diminution de 22,83% par rapport au 1^{er} semestre 2015.

Les groupes de produits exportés hors des hydrocarbures sont constitués essentiellement par des demi-produits qui représentent une part de 4,92% du volume global des exportations, des biens alimentaires avec une part de 1,02% , des produits bruts avec une part de 0,27% et enfin des biens d'équipements industriels et des biens de consommation non alimentaires avec les parts respectives de 0,17% et 0,07%¹.

Ces dernières années, la compétitivité de certains produits tels que l'huile d'olive et le poisson frais leur a permis d'acquérir une certaine place sur les marchés européens. Une forte demande est enregistrée de la part des consommateurs européens, elle tend vers l'accroissement, mais elle continue à être modique. Tous les produits exportés enregistrent des transactions qui sont

changeantes et dont les montants sont faibles. Ce qui témoigne de l'absence d'une stratégie d'internationalisation de la part de ces entreprises².

On constate que l'Algérie recèle un vrai potentiel pour développer l'internationalisation de ses PME, l'exploitation de ce potentiel permettrait de libérer l'économie nationale de sa dépendance envers la mono-exportation des hydrocarbures. Mais avant d'atteindre cet objectif et rendre possible une internationalisation des PME, un certain nombre de contraintes doivent être surmontées.

4. L'environnement institutionnel algérien peu propice à l'internationalisation des PME :

Depuis 1995, la politique s'intéresse davantage à l'internationalisation des PME pour en faire la pierre angulaire du développement économique, en s'appuyant sur le rôle de l'Etat facilitateur et accompagnateur de l'initiative privée et moins opérateur. Malgré ce nouveau rôle de l'Etat, on considère que les PME algériennes sont enfermées dans un environnement institutionnel peu propice à leur internationalisation. Cela est due à plusieurs contraintes qui entravent leur développement. On peut évoquer la question d'accès au financement. Le secteur bancaire reste fortement dominé par l'inefficacité des banques publiques, en dépit de l'augmentation récente des banques privées qui ne représente que 6% du marché. L'autofinancement et le crédit bancaire constituent les seuls moyens de financement, les autres moyens tels que le microcrédit, le crédit-bail ou les sociétés de capital – risque se développent progressivement au profit des PME, quant au recours au marché des capitaux semble relever de l'impossible, vu la nature juridique de la plupart de ces PME qui les exclut pratiquement de tout accès aux outils de crédit, exclusivement réservés aux sociétés de capitaux¹.

Aujourd'hui la transition vers l'économie de marché se présente comme la principale caractéristique de l'économie algérienne. Dans ce contexte, Assala (2006)² met en évidence que l'absence d'un environnement juridique et institutionnel adapté à cette période particulière semble être un facteur favorisant le développement de l'économie informelle (fraude fiscale, corruption, le détournement des fonds publics, etc.).

Si on se réfère au classement du rapport du « Doing Business » de la banque mondiale qui établit l'impact de l'environnement réglementaire sur la conduite des affaires dans un pays. En 2014, l'Algérie se classe à la 153^{ème} place sur 183 pays pour la facilité à faire des affaires (5 place perdu depuis 2011) et 164^{ème} pour la facilité à créer une entreprise. Cette situation constitue une limite sélective pour le développement des entreprises et freine la diversification des activités.

Selon le rapport, l'Algérie se classe à un rang très bas et qui a tendance à se détériorer. Le recensement économique effectué par l'ONS apporte des informations qui nuancent ce classement. Six facteurs déterminants ont été énumérés :

- Les délais de création d'entreprise (du fait des procédures administratives), considérés comme particulièrement contraignants pour l'ensemble des investisseurs le dossier administratif, en général semble constituer par sa complexité, une contrainte pour 47% d'entreprises privées contre 32% pour les entreprises publiques.
- L'accès au financement constitue une contrainte majeure pour les entreprises du secteur privé quelle que soit la taille. 63% d'entreprise privé contre 47% d'entreprises publiques estiment que l'accès au financement est une contrainte majeure. Le recours aux emprunts

n'est pas une pratique courante, 88.2% des entreprises tous secteurs confondus déclarent s'autofinancer.

- Les infrastructures: près de 50% des chefs d'entreprises considèrent la qualité des infrastructures comme un facteur important.
- L'accès difficile au foncier industriel est toujours d'actualité dans le climat des affaires en Algérie, et ce malgré la mise en place des Comités d'Assistance pour la Localisation et la Promotion des Investissements en 1994 (CALPI) au niveau des Wilayas.

Même si à présent les PME ne possèdent pas les capacités financières acceptables ni les compétences managériales nécessaires pour profiter des éventuelles opportunités que peut offrir l'adhésion de

l'Algérie à l'économie de marché et à la zone de libre-échange euro-méditerranéen, l'enjeu pour la politique économique est triple¹ :

- Activer les réformes afin de développer des systèmes législatif, administratif et bancaire qui pourront dynamiser les différents secteurs de l'économie. Aussi, organiser le système d'information pour rendre cet élément vital à la bonne marche des entreprises performant, capable de garantir à la fois la bonne circulation de l'information et son usage.
- Prendre en considération toutes les contraintes qui entravent le processus de création d'entreprise et d'investissement. Mettre en œuvre une stratégie de promotion de la PME, basé sur une définition de la PME à partir des données économiques et non de critères administratifs.
- Dynamiser les capacités exportatrices des PME en réorganisant, tout d'abord, les structures de soutien à l'exportation tel l'Office algérien de promotion du commerce extérieur (PROMEX) et les organismes gestionnaires des fonds de soutien aux PME.

Il faut ainsi que l'Etat algérien apprend à s'entretenir avec les différents représentants des PME afin de définir la politique économique la plus appropriée permettant d'encourager leur développement sur les marchés intérieurs et extérieurs, une démarche qui a permis à l'Etat indonésien de sortir de la dépendance pétrolière.

5. Conclusion :

D'après cette recherche, on constate que la majorité des PME algériennes sont dans une situation de passivité et de survie qui devront faire face à un double défi, celui d'évoluer dans un environnement local contraignant marqué par des réformes économiques inachevées traduisant le passage d'une économie centralisée à une économie de marché, et celui de s'adapter à un environnement désormais mondialisé, imposant l'internationalisation des activités des entreprises, par la mise en place d'une stratégie défensive afin de protéger leur part de marché, ou d'une stratégie offensive dans un espoir d'acquérir de nouvelles parts de marchés.

Mais pour relever ce défi, les autorités algériennes devront à leur tour relever un défi de taille, celui d'améliorer l'environnement institutionnel des entreprises qui a pénalisé l'essor des entreprises et a freiné momentanément la vague de la mondialisation.

6. Références :

- AGERON B. et HUAULT I., 2002. Complexité du processus d'internationalisation de la PME : vers un enrichissement de l'analyse behavioriste, *Management International*. Vol 6. N°2. PP.43-53.
- ANDERSEN, O., 1993. On the internationalization process of firms: A critical analysis, *Journal of International Business Studies*. Vol 24. N°2. PP. 209-231.
- ASSALA, K., 2006. PME en Algérie : de la création à la mondialisation, 8^{ème} Congrès international Francophone en entrepreneuriat et PME.
- BENBAYER, H ET TRARI-MEDJAOUI, H., 2009. Le développement des sources de financement des PME en Algérie : Emergence de la finance islamique, *Revue d'Economie et de Management de l'université de Tlemcen*. N°9.
- BIGLER, J M et NYFFELER, N., 2006. Processus d'internationalisation de la PME : la nécessité d'une approche intégrative, 8^{ème} Congrès international francophone en entrepreneuriat et PME, HEG, fribourg, Suisse.
- BILKEY, W J et TESAR, G., 1977. An attempted integration of the literature on the export behaviour of firms, *Journal of International Business Studies*. Vol 9. N°1. PP. 33 - 46.
- BUCKLEY, P J ET CASSON, M., 1995. *The economic theory of multinational enterprise*, New York, St-Martin's Press.
- CAVUSGIL, S., 1980. On the internationalization process of firms, *European Research*. Vol 8. N°6. PP. 273-281.

- CHANDLER, A D., 1986. The evolution of modern global competition, dans PORTER, M.E., *Competition in global industries*, Boston, Harvard Business School Press.
- COVILLE, T., 2012. Les PME iraniennes : un potentiel à l'exportation inexploité ?, *Revue Tiers Monde*. N°211. PP. 205-222.
- DALLA COSTA, A., 2009. La Vale dans le nouveau contexte d'internationalisation des entreprises brésiliennes, *Entreprises et Histoire*. N°54. PP. 86-106.
- DAOUD, S., 2013. Compétitivité, internationalisation des PME algériennes, *Revue Européenne du Droit Social*. PP 97-110
- DAOUD, S., 2010. La problématique de l'intégration des PME algériennes aux échanges extérieurs : Double handicap pour des compagnies dynamiques, dans JOYAL, A et Al., *la PME algérienne et le défi de l'internationalisation*. Paris: L'Harmattan.
- DUNNING, J H., 1988. The eclectic paradigm of international production: A restatement and some possible extension, *Journal of Small Business Studies*. Vol 19. N° 1. PP. 1-31.
- ETRILLARD, C., 2004. L'internationalisation des PME : pour une relecture en termes de stratégies entrepreneuriales, dans *Actes du 7ème Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME*, 27, 28 et 29 Octobre, Montpellier.
- FORSGERN, M., 2002. The concept of learning in the Uppsala Internationalization Process Model: A critical Review, *International Business Review*. PP. 257-277.
- HALL, C., 2007. When the Dragon Awakes: Internationalisation of SMEs in China and Implications for Europe, *CESIFO Forum*. Vol 8. N° 2. PP. 29-34.
- JOHANSON, J. et WIEDERSHEIM-PAUL, F., 1975. The internationalization of the firm – Four Swedish cases, *Journal of Management Studies*. Vol 12. N°3. PP. 305-322.
- JOHANSON, J et VAHLNE, J E., 1977. The internationalization process of the firm – a model of knowledge development and increasing foreign market commitments, *Journal of International Business Studies*. Vol 8. N°1. PP. 23-32.
- JOHANSON, J et MATTSSON L G., 1988. Internationalization in industrial systems: A network approach, in HOOD, N et VAHLNE J E., *Straggles in global competition*, London: Croom Helm. PP. 287-314
- JULIEN, P A., 1994. Qu'entend-on par PME. Les PME, bilan et perspectives, *Economica*. PP. 23-35.
- LECERF, M., 2006. Les petites et moyennes entreprises face à la mondialisation, Édition L'Harmattan, Paris, France.
- OVIATT, B M ET MCDOUGALL, PP., 1994. Toward a Theory of International New Ventures, *Journal of International Business Studies*. Vol 25. N° 1. PP. 45-64
- RUZZIER, M, HISRICH, R D, ANTONIC, B., 2006. SME internationalization research: Past, present and future, *Journal of Small Business Enterprise Development*. Vol 13. N°4. PP. 476-497
- SUBRAHMANYA M. H. B., 2007. Development Strategies for Indian SMEs: Promoting Linkages with Global Transnational Corporations, *Management Research News*, Vol. 30. N° 10. PP. 762-774.
- TAMBUNAN T., 2008. SME Development, Economic Growth, and Government Intervention in a Developing Country: The Indonesian Story, *Journal of International Entrepreneurship*, Vol 6. N° 4. PP. 147-167.
- TORRES, O., 2004. Essai théorisation de la gestion des PME: de la mondialisation à la proximité, *Rapport d'habilitation à diriger des recherches*.
- WENGEL, J T et RODRIGUEZ, E., 2006. SME Export Performance in Indonesia after the Crisis, *Small Business Economics*. N° 1. PP. 25-37.
- WILLAMSON, O., 1975. *Markets and Hierarchies: Analysis and antitrust implications*, New York, Free Press.