

L'ENTREPRENEURIAT EN ALGERIE ET INTERNATIONALISATION: UNE APPROCHE PAR LE CAPITAL SOCIAL

Mme. MELBOUCI Leïla

Université Mouloud Mammeri de Tizi ousou

Faculté des Sciences Economiques et des Sciences de Gestion

E-Mail : leimelbou@yahoo.fr

Résumé

Les entrepreneurs sont la pierre angulaire de développement. Les gouvernements des pays industrialisés innoveront dans les programmes d'appui pour soutenir leurs actions dans un environnement devenu incertain et complexe. Dans ce contexte, nous étudierons la réaction des entrepreneurs algériens face à l'internationalisation qui, de plus en plus, se différencie. Notre objectif, à l'aide d'une étude empirique, est de trouver une réponse à une question récurrente : comment réagissent les patrons algériens pour pérenniser leurs affaires ?

Mots clés : PME, capital social, internationalisation, changement, adaptation, environnement concurrentiel.

Introduction :

Les résultats de plusieurs études menées sur l'entrepreneuriat des pays industrialisés face à la dynamique de l'environnement ont montré l'implication de celui-là dans le processus de changement. Plusieurs aspects de l'entrepreneuriat sont vus et revus en fonction des turbulences environnementales afin de préserver, pour certaines, leur pérennité et, pour d'autres, leur développement.

En effet, s'adapter, être réactif et même proactif sont devenus les nouveaux critères de la concurrence à l'ère de la mondialisation.

L'internationalisation est une des réponses aux mutations environnementales mais le recours à cette solution demande entre autre une possession d'un capital social idoine aux exigences du nouveau contexte des affaires ; ce sont les deux concepts que nous avons choisis pour traiter la problématique portant sur la nature de la réaction future des PME algériennes. Cette recherche ne serait judicieuse sans une étude rétrospective du vécu (passé et présent) de ce genre d'organisation.

Pour ce faire, nous procédons d'abord à la description selon la littérature économique des deux concepts choisis, à savoir l'internationalisation et le capital social, pour déterminer quelques caractéristiques de l'entrepreneuriat algérien. Ensuite, nous présentons les résultats partiels d'une étude exploratoire réalisée à la wilaya de Tizi-ousou.

I- La transition de l'entrepreneuriat: du local vers l'international :

Au cours des dernières décennies, une restructuration permanente a caractérisé le développement économique dans presque tous les secteurs d'activité. Cette situation a encouragé l'entrepreneuriat notamment dans les pays en transition et une internationalisation très engagée de celui des pays industrialisés.

Au sein de ces mutations, les deux types d'entrepreneurs (ceux des pays développés et des pays en voie de développement) agissent sur un marché plus vaste et incertain où l'internationalisation est devenue un moyen important d'acquiescer du savoir-faire et d'obtenir de nouvelles technologies en tant qu'élément de renforcement de la compétitivité des PME. Ces dernières autrefois confinées dans des organisations de type familiales optent aujourd'hui pour des structures organiques en réseaux axées sur le développement des compétences.

La rationalité dynamique de cet entrepreneur ne peut être appréciée sans une étude rétrospective mettant en avant les réponses des patrons des PME aux turbulences de l'environnement et cela depuis le temps du protectionnisme au moment où l'OMC est dédié à la libéralisation des conditions dans lesquelles se déroule les affaires économiques. La perception du temps s'est révélée fondamentale pour comprendre les réactions innovantes des PME. Celles-ci ont été décrites différemment selon les mutations. Leur comportement a évolué à cause de ce qui est qualifié de complexification de l'activité économique.

I-1- Les PME une évolution vers une internationalisation différenciée :

Les patrons des PME, pour rester compétitive, n'ont pas hésité à s'internationaliser. La stratégie d'internationalisation comprend l'ensemble des actions coordonnées des méthodes de pénétration des marchés étrangers et des méthodes d'exploitation des ressources diverses au niveau international.

BARID, LYLES et ORRES (1994) soulignent que le développement et la performance d'une petite entreprise sont liées à leurs options stratégiques, H. SERIEYX (1993) indiquait que dans la bricole-bas de la nouvelle compétition mondiale, l'ouverture sur des marchés est une condition sine qua non de survie. Les premières pensées expliquaient le comportement de l'entrepreneur vis-à-vis de la conquête des marchés étrangers par une démarche graduelle ou par étapes. La théorie des étapes d'internationalisation est d'après DALLI (1994) la théorie de référence la plus importante, selon laquelle, l'entreprise se développe sur des marchés étrangers en adoptant un processus évolutif et incrémental. L'entreprise passe d'une étape à une autre au fur et à mesure qu'elle acquiert de l'expérience à l'étranger. Elles s'engagent de façon progressive sur les marchés internationaux.

Les entrepreneurs optent pour une stratégie d'internationalisation quand il change leur comportement en acceptant de se tourner vers les marchés étrangers. Certains PME « brûlent » les étapes et adoptent des stratégies d'internationalisation qui exigent beaucoup d'engagement et ce très tôt dans leur processus d'internationalisation.

WILCH et LUOSTARINEN (1988) pensent que le processus d'internationalisation n'est pas nécessairement séquentiel mais qu'il est souvent irrégulier. Les étapes ou stratégies adoptées seraient affectées par l'émergence discontinue et incontrôlée d'opportunités ou de menaces pour l'entreprise. BARID, LYLES et ORRES (1994) en étudiant le comportement de 160 PME de l'Indiana des Etats-Unies sont arrivés à la conclusion qu'une stratégie d'internationalisation pour ce type d'entreprise consisterait en une combinaison d'exportation, d'alliances et d'investissements directs à l'étranger. Il s'agit ici d'une utilisation de plusieurs stratégies de façon simultanée. Le partenariat étranger, les investissements étrangers et la création des réseaux transfrontaliers représentent des moyens viables de renforcer les stratégies économiques internationales des PME que l'entreprise n'hésite pas à mettre en œuvre.

Bien que les résultats de l'enquête entreprise en 2003 de l'ENSR montre que l'importation et l'exportation représentent les formes les plus courantes d'internationalisation, d'autres indiquent que les approches de coopération, les alliances et les réseaux impliquant les PME vont aller en s'intensifiant à l'avenir. Les patrons des PME doivent être attentifs aux différences mondiales des conditions de production, à la capacité d'innovation et de développement à l'intégration de nouvelles technologies, à la connaissance du marché, à l'accès au capital. La pression concurrentielle motive les entrepreneurs à chercher des partenaires internationaux et elle les contraint à améliorer leur compétitivité. Les mutations de ces dernières décennies ont même donné naissance à des entreprises nées globales ; c'est à dire que dès leur création elles s'engagent dans les formules les plus avancées du processus d'internationalisation. Toutefois, les entrepreneurs des pays industrialisés n'ont pu réaliser leurs manœuvres stratégiques sans l'appui et le soutien des gouvernements.

I-2- Action gouvernementale et entrepreneuriat :

L'entrepreneuriat va dans le sens de l'intensification de la concurrence mondiale. Force est de reconnaître que l'accès à l'information sur toutes les différences mondiales des conditions de production, sur la capacité d'innovation et de développement, sur le marché et l'accès au capital sur les réglementations ne serait possible sans l'action gouvernementale.

Le défi que doivent relever les gouvernements consiste à créer un environnement qui facilite et appuie le développement des PME (OCDE 1999) et qui permette à celles-ci d'explicitier les avantages que peut apporter l'internationalisation croissante et/ou de faire face aux coûts supplémentaires ou aux menaces qu'elle comporte, en évitant d'adopter une attitude protectrice. La réaction des entrepreneurs en adoptant des formes plus différenciée dans leur processus d'internationalisation s'explique aussi par l'émergence des nouveaux pays en transition.

Les alliances stratégiques avec des PME et/ou des grandes entreprises constituent une autre forme de relations entre firmes, qui apparaissent comme une bonne solution pour les entreprises désireuses de poursuivre leur expansion dans des environnements incertains ou instables (CONTRACTOR et LORANGE 1988). C'est ce qui explique en partie que ce type de coopération soit utilisé par des firmes étrangères cherchant à pénétrer des marchés dans les pays qui viennent juste d'entamer leur transition vers l'économie de marché, en contre partie d'un accès à des ressources plus larges. Cette nouvelle coopération est l'objet de plusieurs programmes des gouvernements des pays développés. L'objectif principal est d'aider les entrepreneurs à s'internationaliser de différentes façons. La technique la plus immédiate et la plus courante pour stimuler les partenariats entre PME consiste simplement à rapprocher les partenaires potentiels. Du fait d'une mauvaise information, il arrive souvent que les PME qui pourraient constituer des partenariats intéressants n'aient pas connaissance des activités et possibilités les uns des autres. Le programme SPX de l'UNIDO, déjà ancien, est un exemple d'outil de soutien aux PME des pays en développement qui souhaitent internationaliser leurs activités et trouver des partenaires à l'étranger en particulier dans le cadre de relation de sous-traitance. En outre, l'union Européenne a mis en place un programme en faveur d'un marché mondial pour les PME « global market for SMES » qui vise à aider les PME à améliorer leur compétitivité et à se servir du commerce électronique à l'échelle mondiale. L'un des principaux objectifs du projet est de renforcer la collaboration internationale concernant le commerce électronique au service des PME entre les économies en transition et les pays en développement et les pays industrialisés.

Maintenant que nous avons passé en revue, à travers la littérature, certain nombre de travaux sur l'entrepreneuriat et le phénomène d'internationalisation, nous nous intéressons à présent à l'entrepreneuriat algérien. Nous tenons à signaler que pour décrire leur comportement, nous avons fait recours à plusieurs base de donnée (CNAS : Caisse National des Assurances Sociales, CAM : Chambre de l'Artisanat et de métiers, MPME : Ministère de la PMI et de l'Artisanat) et à nos enquêtes antérieures (2000, 2002, 2004, 2006 et 2007).

II- L'ouverture du marché national et manœuvres stratégiques des PME :

A la fin des années 1980, l'Algérie s'est lancée dans des grandes réformes afin de mettre en place les mécanismes d'une économie de marché. De profondes modifications en sont issues, notamment l'instauration de la liberté des prix, l'abolition du monopole du commerce extérieur et l'ouverture du capital de certaines entreprises d'Etat à des actionnaires privés. Les changements ne cessent de transformer les anciennes normes économiques et par voie de conséquence le comportement de l'entrepreneur algérien.

Avec la signature d'un accord d'association avec l'Union Européenne et l'adhésion à l'OMC, l'Algérie a initié un réaménagement de son tarif douanier en faveur des entrepreneurs nationaux et étrangers. Parmi les mesures décidées par l'Etat algérien, nous pouvons citer : la suppression de la valeur administrée ; l'abandon de la taxe spécifique additionnelle (TSA) instituée en 1991 pour décourager les importations jugées non nécessaires et préserver les devises rares à l'époque. En septembre 2005, l'accord d'association entre en vigueur et les tarifs commencent à baisser jusqu'à la franchise totale. L'entrepreneur algérien se trouve face à deux champs d'action : le national dans lequel il considérait occuper une place prédominante et l'international en raison des accords que l'Etat envisage de conclure (création de la zone de libre échange en 2012 et l'adhésion à l'OMC) et qui, par voie de conséquence influenceront directement sur l'avenir de l'entrepreneuriat en Algérie (L.MELBOUCI, 2005). Pour étudier les réactions des entrepreneurs algériens en fonction de l'évolution des événements environnementaux, nous avons retenu deux périodes (1962-1990 ; 1990-2007) et un critère : capital social (S. BOUTILLIER et D. UZUNIDIS 1996 et 1999).

II-1- La conscience stratégique des entrepreneurs algériennes au sein d'une économie administrée 1962-1990

Durant les années de l'économie administrée, l'entrepreneur (patron des entreprises employant de 1 à 9 salariés et 10 à 50) a pu survivre sous une structure de marché monopole dominé par les grandes entreprises d'Etat. La survie de son entreprise était assurée par des manœuvres stratégiques déterminées principalement par les valeurs de l'entrepreneur, l'orientation des objectifs particuliers et les compétences distinctives (L.MELBOUCI, 2004 c). En somme, l'entrepreneur a, au sein d'un environnement non concurrentiel, possédé une conscience stratégique. Certains travaux, portant sur la vision stratégique, ont mis l'accent sur l'utilité de la conscience stratégique des propriétaires-dirigeants des PME en dépit de l'absence parfois manifeste d'un plan stratégique écrit (NKONGOLO et AL 1994). Dans ce même ordre d'idées, quelques auteurs ont même suggéré que dans le contexte de PME, on s'attache d'avantage au processus mental de la prise de décision de l'entrepreneur plutôt qu'aux procédures de planification stratégique (JULIEN et MARCHESNAY 1992). C'est d'ailleurs ce qui nous mène à traiter les actions stratégiques des PME au sein de cette période.

La stratégie, utilisée par les entrepreneurs algériens dans cette phase, était axée sur l'accumulation du capital social. Avant d'aller plus loin dans l'analyse, nous reprenons la définition du capital social (S. BOUTILLIER et D. UZUNIDIS 1999). Il se décompose en un capital-financiers ; un capital- connaissances et un capital- relations.

Le capital- financiers est l'ensemble des ressources financières de l'entrepreneur existantes et potentielles (accès au crédit).

Le capital- connaissances comprend l'ensemble des connaissances et savoir-faire techniques de l'entrepreneur, qu'il les ait acquis sur le tas ou en suivant une formation scolaire ou universitaire.

Le capital -relations comprend l'ensemble des relations plus ou moins institutionnalisées d'interconnaissances et il peut aussi s'agir des relations institutionnelles entretenues avec des institutions publiques ou privée de toutes natures.

Le capital social des entrepreneurs algériennes est constitué de ces trois types. Ils les hiérarchisent selon leur importance dans leur activité. En effet, l'entrepreneur axe sa stratégie d'abord sur l'accumulation du capital-relations, ensuite sur le capital- connaissances et enfin sur le capital- financiers (nos enquêtes 2003, 2004 et 2005, 2006 et 2007).

Pour expliquer cette hiérarchisation, rappelons que l'entrepreneur dans l'économie planifiée était mal vu et accusé, même, d'une appartenance à une classe de « bourgeoisie exploiteuse » par la charte nationale de 1976. Les actions étaient encadrées par de codes des investissements (1963, 1966, 1982) plutôt contraignants.

Dans cet état des choses, l'accumulation du capital- financiers n'était pas primordiale du moment où l'entrepreneur ne visait pas à agrandir son affaire de peur qu'elle soit nationalisée.

Le poids du crédit à l'investissement privé était très faible pour ne pas dire absent. C'est à cet effet que le capital-financiers est classé, selon son importance, en dernière position. Quant au capital- connaissances, les entrepreneurs n'ont pas cessé d'actualiser leur savoir et savoir-faire. Certains n'ont pas hésité à suivre des formations à l'étranger et dans des écoles de renommée internationale (notre enquête de 2000). Cet investissement en acquisition des connaissances est justifié par l'importance des savoir et des savoir-faire dans l'entrepreneuriat notamment dans un environnement concurrentiel et contraignant. C'est pour cette raison que le capital- connaissances se trouvait en deuxième position après le capital- relations. Les entrepreneurs durant la période de l'économie planifiée n'exploitaient pas au maximum leur connaissance car le contexte ne l'exigeait pas. Le capital- relations est la base de toute stratégie des entrepreneurs algériens. Ces derniers n'ont pas hésité à mettre en œuvre les moyens nécessaires et même d'innover en la matière pour construire un réseau de relations institutionnelles ou informelles (amis, familles...) cette constitution est le fruit d'un long et profond travail d'instauration et d'entretien qui est nécessaire pour produire et reproduire les liaisons durables et utiles propices à procurer des profits.

Le capital- relations a permis à l'entrepreneur à survivre et à se développer à l'ombre du secteur de la grande entreprise d'Etat. Il a permis à former le capital-connaissances et le capital-financiers. Certains entrepreneurs, grâce à leur capital- relations ont pu mettre en œuvre les principales stratégies d'internationalisation à savoir l'exportation et l'importation. L'approvisionnement international, en plein apogée du protectionniste, était diversifié et a conduit à la réduction des coûts, à l'amélioration de la qualité de production et même à l'accumulation du capital- connaissances en accédant aux nouvelles technologies (nos enquêtes 2000, 2003, 2004, 2006 et 2007). D'ailleurs les entrepreneurs qui ont réussi au sein de l'ouverture économique sont ceux qui ont exalté dans la mise en œuvre des stratégies permettant l'accumulation du capital-relations (L.MELBOUCI, 2004 a).

II-2- Difficultés environnementales et l'égoïsme de l'esprit entrepreneurial en Algérie : 1990-2007

Depuis 1990, la création des PME a connu un mouvement ascendant. En effet, 60% des PME existantes en 2000 ont été créées après 1994, soit après l'adoption d'un nouveau code des investissements (octobre 1993) et après l'entrée en vigueur du programme d'ajustement structurel (mai 1994). « Le tiers du parc de PME en 2000 a émergé au cours des trois dernières années » (A. BOUYACOU, 2004).

La promulgation du code des investissements et la création de l'APSI (agence pour la promotion et le soutien à l'investissement) remplacée par l'ANDI en 2001 (agence nationale pour le développement de l'investissement) sont la cause de la création des milliers de petites entreprises. Cette agence et d'autres accordent des avantages fiscaux, douaniers et financiers aux projets répondant à certains critères. Ces mesures pionnières ont aiguisé l'esprit de l'entrepreneuriat. Le nombre d'entrepreneurs proposant des nouveaux projets ne cesse d'accroître. Les intentions d'investir sont passées de 700 en 1994 à 12300 en 1999 et plus 30108 en 2000 (Rapport sur l'état des lieux du secteur de la PME/PMI juillet 2000 ministère de la PME Alger P.8)

Les années 1990-2007 ont connu une mise en place progressive d'un environnement des affaires grâce à la libéralisation du commerce extérieur et abolition des monopoles (L.MELBOUCI, 2004 b ; 2004 c).

a- Capital social et l'internationalisation différenciée :

Le nouvel environnement des PME algériennes a suscité plusieurs chercheurs et institutions à l'étudier et à l'analyser (L.MELBOUCI, 2005; 2004 d). Nous résumons l'essentiel des résultats ci-dessous :

Le climat des affaires reste contraignant : 56% des réponses des contraintes sont les charges de remboursement de l'emprunt (17%) le recouvrement des créances (15%) et l'accès au crédit (14%) et les charges d'exploitation importantes (10%).

Le poids du crédit à l'investissement privé reste très faible. Le secteur privé ne bénéficie que d'un pourcentage faible du financement soit l'équivalent de 5.2% du PIB comparativement à 18.1% des pays de l'Est ou encore 40.6% des pays du Sud de la méditerranée (Portrait statistique de l'Algérie, janvier 2001), Bulletin statistique édité par l'institut de la méditerranée).

A partir de cette position, les entrepreneurs portent un regard désabusé sur le contexte dans lequel fonctionne leur entreprise. L'inefficacité touche les infrastructures, le transport et les banques. Les entrepreneurs savent que les dossiers de crédit sont assez complexes. Ils reconnaissent ne recourir au crédit (d'exploitation ou d'investissement) que dans des propositions de 35 à 45% ceci les amène à travailler sur la base de leur fonds propres (autofinancement) ou des prêts ne passant pas par les circuits bancaires. Néanmoins ceux qui ont accumulé et en reproduisant le capital-relations ne sont pas touchés par ces contraintes (PME en agroalimentaire, en textile, en chimie, en métallurgie, en plastique et l'artisanat). Leur capital-relations a permis la formation du capital- financiers qui leur a facilité l'accès au marché étranger avec des formules telles la sous-traitance, les alliances. Les alliances selon INGHAM (1991) « (...) sont des accords explicites établis dans une perspective de longue durée, par lesquelles des entreprises échangent, partagent ou combinent des moyens (humains, technique, financiers) pour atteindre un ou plusieurs objectifs afin de bâtir ou maintenir des avantages et positions concurrentielles favorables ». Dans ce sens, des alliances ont été réalisées entre entreprises PME privées et grande entreprise d'Etat (branche agroalimentaire, électronique et électroménagère). Ces alliances ont permis aux PME d'acquérir des plus larges parts de marché national et à accéder à des marchés plus étendus et donc former des prix plus faibles. Les alliances avec des PME des pays développés en agroalimentaire (le cas du Danone Djurdjura est très avancé) et en pharmacie sont en phase de finalisation (nos enquêtes 2001/2002). Rappelons le, encore une fois, c'est grâce au capital social accumulé et reproduit depuis l'indépendance que certain nombre de PME ont pu procéder sans difficultés à l'internationalisation différenciée.

Le capital- relations a simplifié et facilité l'accès aux aides et aux soutiens proposés par des programmes destinés à la PME.

Le capital- financiers a financé les projets d'extension et de modernisation.

Le capital-connaissances a exploité les formules les plus performantes pour s'internationaliser telles que les nouvelles technologies de l'information et de la communication.

Par ailleurs, l'ouverture brusque du marché national et l'avantage en terme de gain de temps des PME des pays développés par rapport à celles des pays en transition ont motivé l'entrepreneur à exploiter et à mettre en œuvre une autre action stratégique à savoir « l'informel ».

Généralement, les entrepreneurs considèrent que les structures d'assistance, de soutien et de conseils sont totalement inefficaces en direction des patrons propriétaires des PME. Pourtant, il existe, en Algérie, un grand nombre d'organisations comme les chambres de commerce et d'industrie, les associations professionnelles (CFE et CEIMI), les agences relevant de l'Etat ou même des structures de l'Etat. Pour certaines d'entre elles, cela constitue l'objet même de leur existence. Néanmoins, ces organisations émettent plus d'obstacles que de facilités. Bien que les pouvoirs publics aient créé un ministère de la PME depuis 1994 et adapté une loi d'orientation de la PME en décembre 2001, l'environnement économique et social reste fortement marqué par une lourde bureaucratie.

En 2000, la contribution de la PME à la valeur ajoutée représentait 55% hors hydrocarbures. En effet, le secteur privé connaît une croissance de 6% à 8% et des pics de 11% pour l'agroalimentaire, 20% pour l'électronique en 2000 (O. RAMDANI, DG de modéra ceramic, président du CFC (intervention lors de la rencontre MEDEF et patronat algérien 2004).

Ce succès ne trouve pourtant pas son origine auprès des actions gouvernementales même s'ils sont en nombre croissant. A vrai dire, les efforts de l'Etat sont confrontés aux résistances de certaines pensées socialistes. En revanche, cela n'a pas empêché des entrepreneurs à s'internationaliser avec plus d'engagement. Le point suivant propose une analyse dans ce sens

b- Stratégie de l'entrepreneur informel :

Une bonne partie des entrepreneurs utilise le recours aux mécanismes traditionnels de financement familial. Le recours à l'emprunt bancaire, assujéti de nombreuses conditions, n'est pas encore tout à fait à la portée des entrepreneurs. Cela nous laisse penser que l'ouverture du marché national n'est pas synonyme de liberté d'action, même si les intentions sont dans ce sens. Les institutions sont jeunes et donc inexpérimentées pour une lourde tâche. Les entrepreneurs algériens conscients de cette situation optent obligatoirement, pour l'informel pour certaines de leurs activités.

Le poids de l'informel dans le fonctionnement de l'économie est important dans toutes les branches d'activités. Le passage de l'économie administrée à l'économie de marché a favorisé l'émergence d'un grand nombre d'activité économique relevant de l'informel (économie informelle acte du colloque international organisé à Tlemcen 2001)

L'entrepreneur algérien pratique la stratégie de l'informel ; Cette stratégie est mise en œuvre par les actions suivantes:

- sous déclaration qui concerne les ressources utilisées comme la main d'œuvre, les équipements, les fonds propres, les dettes mais également de la production vendue ;
- la pratique des ventes et des achats sans facture de produits, services et capitaux ;
- la fraude fiscale qui découle de la sous-évaluation de l'activité et de la non déclaration de certains éléments d'actifs et d'exploitation.

Les entrepreneurs interrogés reconnaissent tous la nécessité du recours aux pratiques informelles pour assurer le fonctionnement de leur entreprise, pour certains, et la réalisation des projets d'extension pour d'autres. L'informel est considéré comme une modalité d'adaptation à la dynamique de l'environnement et permet d'atteindre l'objectif de la croissance et le développement des PME en dehors du marché domestique.

III- L'entrepreneuriat a la wilaya de Tizi Ouzou :

Pour le besoin de cette contribution, nous présentons quelques résultats concernant la réaction future des patrons des PME aux changements imposés. Mais avant de discuter les résultats, il est judicieux de signaler que notre étude est basée sur l'enquête qualitative et suivie d'une analyse statistique des données collectées.

Cette étude a pris en considération d'autres enquêtes réalisées par des chercheurs universitaires et par des institutions telles la Banque Mondiale, le CNES (conseil national économique et sociale) et le CREAD (centre de recherche).

Ce recours est justifié en double sens : d'une part , même si l'échantillon des PME étudiées au niveau de la wilaya respecte la loi normale (40 PME) il reste très insuffisant pour généraliser les résultats obtenus ; d'autre part, l'exploitation des informations données par plusieurs études nous aidera à commenter nos résultats avec précaution.

L'échantillon contient des PME de toutes branches confondues et pour rester dans le vif de notre problématique à savoir la détermination de la nature de la réaction des PME face à la dynamique de l'environnement, nous avons fait recours à deux critères : l'internationalisation et la nature du capital social.

a- l'internationalisation :

Les PME concernées sont pour la plupart créées récemment (voir tableau N°1). Ces entreprises oeuvrent dans un environnement dynamique, ceci nous laisse entendre qu'elles soient conscientes des difficultés de libéralisme.

Tableau N°1 : Présentation de l'échantillon selon la date de création

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	11-JAN-1967	1	2,4	2,6	2,6
	11-JAN-1968	1	2,4	2,6	5,3
	11-JAN-1970	1	2,4	2,6	7,9
	11-JAN-1991	1	2,4	2,6	10,5
	11-DEC-1991	1	2,4	2,6	13,2
	11-JAN-1992	1	2,4	2,6	15,8
	11-JAN-1995	1	2,4	2,6	18,4
	11-JAN-1996	1	2,4	2,6	21,1
	11-JAN-1998	6	14,6	15,8	36,8
	01-SEP-1998	1	2,4	2,6	39,5
	11-JAN-1999	4	9,8	10,5	50,0
	08-AUG-1999	1	2,4	2,6	52,6
	11-DEC-1999	3	7,3	7,9	60,5
	01-JAN-2000	1	2,4	2,6	63,2

	11-JAN-2000	3	7,3	7,9	71,1
	11-FEB-2000	1	2,4	2,6	73,7
	01-MAR-2000	1	2,4	2,6	76,3
	18-JUN-2000	1	2,4	2,6	78,9
	01-JAN-2001	1	2,4	2,6	81,6
	07-JAN-2001	1	2,4	2,6	84,2
	11-JAN-2001	2	4,9	5,3	89,5
	15-MAY-2001	1	2,4	2,6	92,1
	11-JUL-2001	1	2,4	2,6	94,7
	01-AUG-2001	1	2,4	2,6	97,4
	31-DEC-2001	1	2,4	2,6	100,0
	Total	38	92,7	100,0	
Missing	System	3	7,3		
Total		41	100,0		

La future réaction des PME, de notre échantillon, est étudiée à travers la variable marché visé. Selon le tableau N°2 ci-dessous, nous avons regroupés les résultats suivants.

Tableau N°2 : Marché visé

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	local	12	29,3	30,0	30,0
	régional	19	46,3	47,5	77,5
	national	8	19,5	20,0	97,5
	international	1	2,4	2,5	100,0
	Total	40	97,6	100,0	
Missing	System	1	2,4		
Total		41	100,0		

30% des PME visent le marché local, 47.5% visent le marché régional, alors que seul 20% visent le marché national. Le marché international est visé uniquement par 2.5%.

Ces résultats montrent la préférence des entrepreneurs de la wilaya de Tizi-ouzou. Le marché principal visé pour les années à venir est national. Ce choix serait-il dû aux origines des capitaux ?

Pour répondre, nous avons utilisé, en premier lieu, la variable « capital- financiers » que nous avons croisé, en deuxième, avec la variable « marché visé ». Nous cherchons par ce croisement à expliciter la tendance des PME de la Wilaya de Tiz-ouzou.

b- Capital –financiers :

Il fait partie du capital social des PME. Celui-ci englobe, aussi, le capital- relations et le capital- connaissances. Le tableau suivant nous permet de connaître la source principale des capitaux des PME.

Tableau N°3 : Origine des capitaux

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	bancaire	12	29,3	35,3	35,3
	familial	18	43,9	52,9	88,2
	bancaire et accordé	2	4,9	5,9	94,1
	amis	2	4,9	5,9	100,0
	Total	34	82,9	100,0	
Missing	System	7	17,1		
Total		41	100,0		

58.8% des entreprises utilisent le capital- relations pour leur affaire. 35.3% utilisent le capital-financiers (banque). Néanmoins le capital- connaissances n'est pas à négliger (voir tableau N°5)

A partir de deux variables que nous avons croisé (le marché visé et origine des capitaux) il est clair que les entrepreneurs utilisant des capitaux hors circuit bancaire optent pour le marché domestique.

Tableau N°4 : Origine des capitaux/marché principal : quel lien ?

		marché principal				Total
		local	régional	national	international	
origine de l'emprunt	bancaire	4	7		1	12
	familial	5	8	4		17
	bancaire et accordé	1		1		2
	amis	1		1		2
Total		11	15	6	1	33

La création et le financement des PME se basent surtout sur des capitaux familiaux. Cette source ne favorise pas des stratégies telle l'internationalisation.

L'internationalisation, objectif déjà réalisé et différencié par la plupart des pays développés, est appréhendée par les PME de la wilaya de Tizi-ouzou. Ce comportement ne serait-il pas dû à la nature du capital- connaissances ?

c- Capital connaissance

Nous présentons dans le tableau ci-dessous le niveau d'instruction des propriétaires des PME.

Tableau N°5 : Niveau d'étude des propriétaires des PME

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	primaire	3	7,3	7,5	7,5
	secondaire	15	36,6	37,5	45,0
	universitaire	12	29,3	30,0	75,0
	formation professionnelle	5	12,2	12,5	87,5
	secondaire, formation professionnelle	5	12,2	12,5	100,0
	Total	40	97,6	100,0	
Missing	System	1	2,4		
Total		41	100,0		

30% ont un niveau universitaire, 12,5% ont un niveau secondaire plus une formation professionnelle 7,3% ayant un niveau primaire, selon notre enquête, suivent des formations accélérées dans plusieurs domaines.

Tableau N°6 : Niveau d'étude/marché visé : quel lien ?

		marché principal				Total
		local	régional	national	international	
niveau d'instruction de l'entrepreneur	primaire	1	1			2
	secondaire	6	5	4		15
	universitaire	2	8	2		12
	formation professionnelle	2	2	1		5
	secondaire, formation professionnelle	1	2	1	1	5
Total		12	18	8	1	39

Les deux tableaux précédents ont montré que le choix de s'internationaliser n'est pas lié au capital- connaissances. Notre enquête qualitative a révélé que les patrons des PME sont conscients de la bonne compétence dans le monde des affaires et cumulent formation après l'autre dans des différentes écoles et centres de formation en Algérie et à l'étranger. Parce que ces PME sont jeunes (date de création), elles veulent acquérir de l'expérience localement d'abord et sortir ensuite, si seulement si, l'environnement l'exigerait.

Conclusion :

L'entrepreneuriat dans le monde entier est devenu le « fer de lance » de tout programme de développement. Il est l'axe principal des politiques gouvernementales des pays industrialisés. Les PME, le fruit des actes entrepreneuriaux sont des organisations flexibles, elles sont considérées comme des sources d'innovation ; elles sont, donc, adéquates à la nature de l'environnement économique actuel. L'entrepreneuriat algérien a cumulé durant des années des routines vides de compétition et de lutte continuelle contre toute concurrence menaçante. A vrai dire, l'environnement concurrentiel des PME algériennes n'est pas encore mis en place par le jeu libre du marché.

L'ineffectivité de certaines lois liées à la concurrence a fait que l'environnement concurrentiel soit déloyal tendant vers un quasi monopole. Cette situation constatée, d'ailleurs, par plusieurs études effectuées en Algérie nuance la réaction future des PME, ce qui nous ne facilite pas, pour le moment, l'étude approfondie des caractéristiques l'entrepreneuriat algérien. Pour reprendre l'échantillon de la wilaya de Tizi-ouzou sur ce point, nous relevons les constats suivants :

- l'adaptation se fait au niveau national : il est essentiel pour ces PME de s'exercer localement pour comprendre et maîtriser le marché algérien qui perd de plus en plus son caractère national ;
- l'internationalisation est une solution prévue pour la croissance de ces PME ;
- la nature du capital social notamment le capital-connaissances ne peut constituer un obstacle pour la réaction future des PME.

Bibliographie :

- Baird, I. S. ; Lyles, M. A. et Orris, J. B. : "The choice of International stratégies by small business". *Journal of small business management*, Vol 32, N°1 (1994), P. 48-59.
- Boutillier, S.; Uzunidis, D. : « L'entrepreneur: une analyse socio-économique ». Ed. Economica, 1996.
- Boutillier, S.; Uzunidis, D. : « La légende de l'entrepreneur : le capital social ou comment vient l'esprit d'entreprise ». Ed. Syros, 1999.
- Bouyacoub, A. : "Clanisme économique et territorial" : « Les entrepreneurs algériens entre enjeux locaux et internationaux ». Cread, 2004.
- Bulletin Statistique de l'Algérie édité par l'Institut de la Méditerranée. Janvier, 2001.
- Cater, N. M.; Streamns, T. M.; Reynolds, P. D.: "New venture stratégies: theory development with an empirical base". *Strategic management journal*, 1994, P. 21-47.
- CNES : Rapport sur la PME: pour une politique de développement de la PME en Algérie. 2002.
- Commission Européenne, observatoire des PME Européennes ; Luxembourg, 2002, N°2.
- Contractor, F.J. et Lorange, P. : " Why should firms co-operate ? The strategic and economic basis for co-operative ventures" in Contractor.F.J and Lorange.P.(eds) *Co-operation strategies in International Business*, Lexington Books, Lexington MA, 1988.
- Dalli, D. : "The exporting process: the evolution of small and medium sized firms" *Advances in International marketing*, Vol 6, (1994), P. 85-110.
- Deschamps, B. : "Les spécificités du processus repreneurial". *Revue Française de Gestion*, Avril/juin 2002.
- Drucker, P. : "Les entrepreneurs". Ed. Hachette, 1985.
- Drucker, P. : « Bien connaître votre affaire et réussir ». Ed. Organisation, Paris 1968.
- DSIS – Données de l'année 2004 : ministère de la petite et moyenne entreprise et de l'artisanat. Bulletin N°6, Algérie.
- Dussange et Garette : "Les alliances, une illustration de la théorie des coûts de transaction ». *L'expansion management review* N°80, P. 104-109
- Hernandez, E. M. : « De l'entrepreneuriat au modèle entrepreneurial ». *Revue Française de Gestion* N° 13, 2002.
- Hernandez, E. M. : « L'entrepreneuriat approche théorique ». Ed. Harmattan, 2001.
- Hernandez, E. M. et Marco, L. : « L'entrepreneuriat et les théories de la firme ». *Revue française de Gestion*, Avril/juin 2002.
- Ingham, M. : « La perception du succès des alliances stratégiques ». *Revue Internationale PME*, Vol 4, N°2, 1991, P. 43-62.
- Julien, P.A. et Marchesnay, M. : "Des procédures aux processus stratégiques dans les PME » In A. Noel (Ed) *perspective en management stratégique*, Paris Economica, 1992, P. 77-129.
- Julien, P.A. et Marchesnay, M. : « L'entrepreneuriat ». Ed. Economica, 1996.
- Latouche, R. : « Les origines de l'économie occidentale ». A. Michel, Paris 1970.

- Melbouci, L. : « l'essor des PME algériennes par la théorie des ressources ». 7^{ième} Congrès international francophone en entrepreneuriat et PME : Montpellier le 27-28-29 octobre 2004 a
- Melbouci, L. : « La dynamique de l'environnement des entreprises publiques économiques : quelle réaction face aux changements ? Deuxième Colloque national de l'université d'Annaba : 29 juin au 01 juillet 2004 b.
- Melbouci, L. : « Les enjeux de la PME algérienne dans l'ouverture économique : une approche par les ressources ». Colloque national du centre Universitaire de Saïda 14 et 15 décembre 2004 c.
- Melbouci, L. : « Du management vers le « e »-management : où se situent les PME/PMI algériennes ? ». Colloque International de Biskra 12 et 14 avril 2004 d.
- Melbouci, L. : « Impact du nouvel environnement sur les PME/PMI algériennes ». Revue Economie et Management de l'Université de Tlemcen, N° 4, mars 2005.
- Nkongolo, B. J. M. ; d'Amboise, G. et Garnier, B. : « L'association entre manifestation et de la vision stratégique des propriétaires dirigeants de PME et la performance de leur entreprise » Revue internationale PME, 1994, P.35-61.
- OCDE : Restructuration industrielle à l'échelle mondiale : conséquences pour les PME. Document de travail de l'OCDE 2002/4 par Kentaro Sakai.

- OCDE : entrepreneur ship and entreprise development in transition economics, Policycrudelines and recommendations (en coopération avec l'organisation des nations unies pour le développement industriel LUNIDO, Paris 1999.
- Quel développement pour l'Algérie ? Colloque sur l'investissement. Alger, janvier 2001.
- Rapport sur l'état des lieux du secteur de la PME/PMI. Ministère de la PME/PMI, juillet 2000.
- Rockfort, R. : « Le consommateur entrepreneur : les nouveaux modes de vie ». Ed. Odile Jacob, Paris 1997.
- Tarondeau.J-R. : « Le management des savoirs ». PUF, collection, Que sais-je ? Paris,1998.
- Schumpeter, J. : « Théorie de l'évolution économique ». Traduction Dalloz, Paris, 1935.
- Schumpeter, J. : « Capitalisme, socialisme et démocratie ». Payox, Paris, 1979.
- Serieyx, H. : « Le big bang des organisations: quand l'entreprise, l'Etat les régions entrent en mutation ». Paris clman-levy 1993, P.34.
- Sidi Boumediene, R. : « Le système néo patrimonial dans ses œuvres et les entrepreneurs » In les entrepreneurs algériens entre enjeux locaux et internationaux. Revue CREAD, Alger, Juin 2004
- Smallbone, B. D. ; Piasecki, B. ; Venesaar, V. ; Todorou, K. et Labrianidi, S. : « Internationalisation and SME development in transition economics : an international comparison », Journal far small business and enterprise development. 1999, P. 363-375.
- Welch. L et Luostarinen R. : "internationalization: evolution of a concept" Journal of general management, Vol 14, N°2 (1988), P.34-55.