

Vers une Algérie entrepreneuriale : l'étape de l'après –pétrole : Cas des PME algériennes

Towards an entrepreneurial Algeria: the after-oil stage: case of Algerian SME'S

ARABECHE Zina¹, KARRA Ibtissem²

عرايش زينة¹، قارة ابتسام²

¹ Centre Universitaire Relizane (Algérie), Zina.arabeche@cu-relizane.dz

² Centre Universitaire Relizane (Algérie), Nihalearama85@gmail.com

Reception: 27/01/2020

Acceptation: 03/03/2020

Publication: 30/03/2020

Résumé :

La chute des prix du pétrole condamne l'Algérie à chercher une autre source de développement et de richesse. Surtout que l'économie algérienne souffre actuellement de deux problèmes majeurs, d'un côté un taux de chômage assez élevé, un budget qui n'est plus soutenable à cause aux exportations d'hydrocarbures. Cependant, depuis quelques années, l'Algérie s'est engagée dans l'économie de marché qui veut inciter l'entrepreneuriat et contribue au développement rapide des PME. Alors, l'objet du présent article est d'essayer de circonscrire l'état des lieux de l'entrepreneuriat en Algérie et exhiber les différents comportements entrepreneuriaux des dirigeants à travers l'innovation, la prise de risque et la proactivité.

Mots-clés: situation économique, l'orientation entrepreneuriale, l'entrepreneuriat, PME algérienne.

JEL Classification Codes: A14,L26

Abstract:

The fall in oil prices condemns Algeria to seek another source of development and wealth. Especially since the Algerian economy is currently suffering from two major problems, on the one hand a fairly high unemployment rate, a budget which is no longer sustainable because of oil exports. However, in recent years, Algeria has been engaged in the market economy which wants to encourage entrepreneurship and contribute to the rapid development of SMEs.

So, the purpose of this article is to try to circumscribe the current state of entrepreneurship in Algeria and to show the different entrepreneurial behaviors of managers through innovation, risk taking and proactivity.

So the purpose of this article is to try to circumscribe the state of entrepreneurship in Algeria and to expose the different entrepreneurial behaviours of leaders through innovation, risk-taking and proactivity.

Keywords: Economic situation, entrepreneurial orientation, entrepreneurship, Algerian SME.

JEL Classification Codes: A14, L26

Corresponding author: ARABECHE Zina, *e-mail:* Zina.arabeche@cu-relizane.dz

Introduction :

Le sujet de l'entrepreneuriat est un domaine disciplinaire à part entière. Il a connu un développement crucial et un intérêt croissant depuis les années 80 et 90 avec plusieurs travaux et études théoriques et empiriques dans le champ scientifique.

L'entrepreneuriat présente aujourd'hui un sujet au cœur des débats dans plusieurs pays au monde quelques soit les pays développés ou les pays émergents. La création d'entreprise s'est avéré un moteur pour le développement des économies de ces pays. En effet, plusieurs chercheurs la considèrent comme une clé indispensable de la prospérité, la croissance économique et la création d'emplois. Ils signalent que les similitudes et les différences entre les divers pays dépendent essentiellement des écarts de leur taux d'emploi et du développement de nouvelles entreprises, souvent de taille petite ou moyenne. L'entrepreneuriat en Algérie est considéré comme un moteur de progrès socio, économique, vecteur de croissance et un générateur d'emplois. En Algérie, l'intérêt pour le domaine de l'entrepreneuriat a été tardif, en fait, ce n'est qu'à partir des années 80 et à la suite de choc pétrolier de 1986 que l'initiative privée a été dégagee. Les autorités ont commencé à se désengager constamment de la sphère économique, plus particulièrement en matière d'investissement, laissant le

champ à l'initiative privée. Ce qui a été concrétisé par la création du ministère de la PME en 1991.

L'entrepreneur est devenu la pierre angulaire du développement économique. Il défie le risque d'incertitude, exploite ses idées afin de garantir un maximum des opportunités qui se présentent. En fait sa réussite dépend de sa capacité à créer de nouvelles idées et de les réaliser sous forme de projet d'entreprise. Donc, les entrepreneurs doivent miser sur une orientation entrepreneuriale (OE) pour se démarquer. Autrement dit, qu'ils doivent être innovants, proactifs, agressifs et ils doivent prendre des risques (Covin et Slevin, 1991 ; Shepherd et Wiklund, 2005; Naldi , Nordqvist et Wiklund, 2007; Lin et Chen, 2007). Selon Kuhndt, T et Herrndorf, (2004) , Spence et al (2009) la littérature entrepreneuriale sollicite que la personnalité des entrepreneurs, leurs orientations personnelles et croyances ainsi que leurs perceptions de l'environnement vont déterminer la prise de décision. Partant de ce qui précède, nous mettons en lumière la problématique suivante: **Quelle est la réalité entrepreneuriale après la crise économique en Algérie ?**

La présentation de ce papier de recherche s'articule en deux parties. La première partie est consacrée à l'instauration du cadre théorique de la recherche. La deuxième partie vise à répondre à notre problématique par l'étude d'une trentaine (50) PME algériennes.

1. Première Partie : cadre conceptuel de l'entrepreneuriat et l'orientation entrepreneuriale

1.1- Présentation des PME algériennes

La définition des PME est celle adoptée par l'UE en 1996. « *Elle est reprise par la loi n° 01-18 du 12 décembre 2001 portant loi d'orientation sur la promotion de la PME et qui définit la PME algérienne comme une entreprise de production de biens et de services, employant entre 1 à 250 personnes à plein temps pendant une année, dont le chiffre d'affaire annuel n'excède pas 2 milliards de DA ou dont le total bilan n'excède pas 500 millions de DA, et qui respecte le critère d'indépendance* ». ¹ L'Algérie depuis les années 80 a mis en place plusieurs programmes d'appui et de soutien au secteur de la PME. Parmi ces programmes nous trouvons : la création de FGAR (Fonds de garantie des crédits à la PME), la Création des

« pépinières d'entreprises », l'agence nationale de développement d'investissements (ANDI), l'agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ), le programme EPDME de ministère de le PMEA. Tous ces programmes et autres ont pour mission notamment de mettre en œuvre le programme national de mise à niveau des PME et d'assurer son suivi et promouvoir l'expertise et le conseil en direction des PME (Brahiti,A,2006). L'Algérie comme beaucoup d'autre pays, a pris conscience de l'importance des PME/PMI et son apport important pour l'emploi, et a réalisé des parts considérables sur ce plan comme le montre le tableau suivant :

Tableau n ° 01 : Evolution des PME en Algérie durant la période 2013/S1 2017

Entreprises	2013	2014	2015	2016	Fin S1/ 2017
Privées	747387	851 511	934037	1 022 231	1 060 025
Publiques	547	542	532	390	264
Total	747934	852 053	934 569	1022621	1 060 289

Source : Bulletin d'information Statistique de la PME n° 31, 30, 29, 27

A la fin du 1^{er} semestre 2017, la population globale des PME s'élève à 1060289 entités dont près 57% sont constituées de personnes morales, le reste est composé de personnes physique (44%). On remarque qu'il existe une évolution de la PME depuis l'année 2013 jusqu'au l'année 2017 et plus particulièrement dans le secteur privé. En effet, le plan d'action du gouvernement vise la création d'un 1 million de nouvelles PME durant le quinquennat 2018-2019². En dehors des hydrocarbures qui représentent entre 25 et 30% du PIB sur une longue période, la production des PME privées devient prédominante dans la plupart des secteurs économiques. Ainsi hors hydrocarbures, le secteur privé représentait 60% de la richesse produite en 1989 et atteint 80% en 2000³.

Durant ces dernières années le nombre des PME ne cesse d'augmenter. Cependant, « *la typologie de la population des entreprises en Algérie révèle en effet une nette insuffisance en entreprises de taille moyenne et un nombre insignifiant de grandes entreprises, ce qui peut constituer un obstacle à la réalisation des grands chantiers engagés du*

pays et à la mise en œuvre de la nouvelle politique de développement industrielle ».

D'après le Bulletin d'information les PME algériennes et notamment les entrepreneurs souffrent de plusieurs problèmes tels que la lourdeur et la complexité de certaines réglementations et procédures administratives, l'accès au financement et le manque d'informations. Selon l'Office national des statistiques (ONS)⁴ L'indice de la production industrielle du secteur public enregistre une variation de -0,7% au premier trimestre 2018 par rapport à la même période de l'année précédente.

Les prix à la production industrielle, hors hydrocarbures, du secteur public national, enregistrent une hausse de 1,4% au premier trimestre 2018 par rapport au quatrième trimestre 2017 qui a connu une variation de moindre ampleur (+0,7%). Le secteur de l'Energie inscrit une hausse de 4,0% au premier trimestre de l'année 2018, soit une variation un peu plus élevée que celle observée à la même période de l'année précédente (+3,5%). Les Hydrocarbures enregistrent une variation négative, soit -3,6%. Deux activités ont influé sur cette tendance, la production du pétrole brut et gaz naturel et la liquéfaction du gaz naturel avec des baisses respectives de 2,8% et de 13,3%. En revanche, le raffinage de pétrole brut marque une hausse de 2,0% au premier trimestre 2018. Les Mines et carrières observent des baisses, assez importantes, notamment depuis le troisième trimestre 2017. Le premier trimestre 2018 se caractérise par une variation de -17,4%. A l'exception de l'extraction du minerai de fer et celle du minerai et des matières minérales qui se caractérisent par des hausses respectives de 21,3% et de 42,6%, le reste accuse des baisses. Il s'agit de l'extraction de la pierre argile et sable qui a largement influé sur la tendance générale en enregistrant une variation de -20,4%, celle du minerai de phosphates qui enregistre une baisse de 16,3% et celle du sel qui observe un taux de -7,5%

Après une hausse appréciable de 6,2% enregistrée au trimestre précédent, les ISMMEE assistent à une baisse de leur production, soit -15,4% au premier trimestre 2018. Plusieurs activités ont contribué à ce résultat. La fabrication de biens intermédiaires métalliques, mécaniques et électriques affiche une variation négative de -9,8%. Idem pour la fabrication des biens d'équipement mécanique qui observe un taux de -

22,4%. La sidérurgie et transformation de la fonte et acier marque également une variation négative de -53,5%. En revanche, des relèvements assez appréciables caractérisent d'autres activités. La fabrication de biens d'équipement électrique affiche un taux de +19,4%. La fabrication de biens d'équipement métallique poursuit sa tendance à la hausse en observant une croissance de 23,3%. La production et transformation des métaux non ferreux marque un rebond en registrant une augmentation de 63,0%.

L'industrie nationale, qui recèle des potentialités sous-utilisées, souffre des problèmes liés à la gestion de l'innovation, à la compétitivité sur les marchés et à l'ouverture de l'économie.

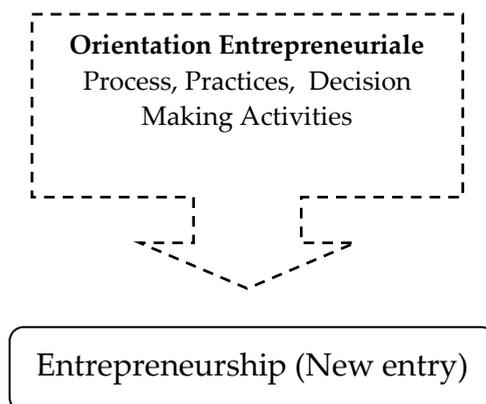
En 2013, le gouvernement a adopté une nouvelle politique industrielle basée, essentiellement, sur le renforcement des PME. Dans cette situation, des appels à partenariat soutenus par des appels à projets, ont été largement répandus par les sociétés de communication. Il s'agit, à travers cette démarche à promouvoir des filières industrielles stratégiques où l'Algérie recèle un potentiel et dispose d'atouts compétitifs, et d'aider les entreprises à se placer sur le marché international. Les concrétisations de la nouvelle politique industrielle ont conduit à un renforcement d'intérêt pour l'industrie algérienne et une attractivité des partenaires étrangers qui s'associent aux opérateurs industriels algériens sous différentes formules de partenariat. Aussi, tous les partenaires s'accordent à placer l'entreprise au centre de la politique économique du pays et la Loi de Finances 2014 qui, comporte également un grand nombre de mesures encourageant les investisseurs et les activités productives, traduit la continuité dans cette politique dont la portée conduira progressivement, à l'émergence de l'économie algérienne, d'un tissu industriel compétitif à l'échelle régionale et internationale.⁵

Le développement des PME présente un secteur créateur de croissance et de valeur ajoutée, il faut que l'Etat algérien soit attentif à la nécessité de la diversification de l'économie algérienne et du développement économique hors des hydrocarbures. Les PME en Algérie doivent être des locomotives de développement économique fort après la crise économique.

1.2. L'entrepreneuriat: concepts de base

Le nombre de débats concernant le terme de l'orientation entrepreneuriale fait preuve d'une richesse et d'un développement théorique (Rauch et al., 2009). Ce concept est un thème de recherche relativement récent, il représente l'un des rares concepts stabilisés en science de gestion, et se trouve au carrefour de deux disciplines la stratégie et l'entrepreneuriat. (Basso, O et al., 2009, p.146) le terme de l'orientation entrepreneuriale (OE) trouve son origine dans un article de l'auteur canadien Danny Miller (1983) intitulé « *The correlates of entrepreneurship in three types of firms* » **dans lequel cet auteur explique le chemin vers l'entrepreneuriat selon le type d'organisation. Pour mesurer l'intensité entrepreneuriale, Miller a créé une échelle en incluant trois dimensions.** En fait, une entreprise entrepreneuriale selon Miller (op-cit) est une entreprise qui s'engage dans l'innovation (i.e innovativeness), qui prend le risque (i.e. risk taking) , poursuit les opportunités et agit proactivement (i.e. proactiveness) , ainsi elle doit être autonome et démontrer une certaine agressivité compétitive (Lumpkin et Dess, op-cit). De manière simple, nous pouvons dire que l'orientation entrepreneuriale est une combinaison de l'innovation, de prise de risque, et de proactivité (Wiklund et Shepherd, 2003). Zahra et al. (in Acha, N, 2013) ont sollicité que **l'orientation entrepreneuriale élevée mène à améliorer la performance globale de l'entreprise.** La figure n°02 schématise la différenciation faite entre l'OE et l'entrepreneuriat par Lumpkin et Dess (1996).

Figure n°01 : Distinction entre l'orientation entrepreneuriale et l'entrepreneuriat



Alors, nous déduisons, que l'entrepreneuriat présente le fruit de l'engagement de l'entreprise dans la perspective de l'OE. Lumpkin & Dess (ibidem) annoncent : «*That is, new entry explains what entrepreneurship consists of, and entrepreneurial orientation describes how new entry is undertaken* ». Dans le cadre de notre travail, nous considérons aussi l'OE comme un construit qui renferme plusieurs (trois) dimensions. À ce titre, la définition de Covin et Slevin (1989) nous paraît plus claire : **l'OE est un ensemble de comportements qui montrent au sein d'une entreprise dans quelle mesure le dirigeant est porté à prendre des risques concernant les affaires, à favoriser l'innovation et le changement pour acquérir un avantage compétitif et à concurrencer agressivement avec les entreprises concurrentes.**

1.2.1 Les dimensions de l'entrepreneuriat

Miller (op-cit) a caractérisé l'organisation entrepreneuriale comme celle qui fait preuve d'innovation, de prise de risque, et de proactivité. Son travail a été mobilisé par différents chercheurs afin de proposer des nouvelles dimensions différentes des unes des autres (Randerson et Fayolle, 2010). Covin et Slevin (1991) **ont fait de ces trois dimensions la variable indépendante, conduisant vers la performance.** Lumpkin et Dess (1996) ont ajouté deux autres dimensions dans leurs définitions de l'OE, l'autonomie et l'agressivité envers la compétition. Ils ont (ibidem, p. 137) défini l'OE à travers cinq dimensions : «*The key dimensions that characterize an EO include a propensity to act autonomously, a willingness to innovate and take risks, and a tendency to be aggressive toward competitors and proactive relative to marketplace opportunities*» . L'orientation entrepreneuriale selon Lumpkin et Dess a été intégrée dans le «*Corporate Entrepreneurship Strategy*» conceptualisé par Ireland et al, (2009). Fayolle (2010) mobilise le travail de Miller (1983) et celui de Lumpkin et Dess (1996) pour décrire l'organisation entrepreneuriale. D'autres chercheurs disent que chaque dimension de l'OE varie indépendamment des autres, selon le contexte donné (Lumpkin et Dess, 1996, 2000 ; Miller, op-cit, Kreiser et al, 2002).

Tableau n° 02 : les dimensions de l'entrepreneuriat

Les études	Les dimensions d'OE utilisées
Miller (1983)	Innovation, proactivité, la prise de risque.
Covin et Slevin (1989)	Innovation, proactivité, la prise de risque.
Lumpkin et Dess (1996)	Autonomie, innovation, prise de risque, proactivité, agressivité compétitive.
Wiklund (1999)	Innovation, proactivité, la prise de risque.
Lee et Peterson (2000)	Autonomie, innovation, prise de risque, proactivité, agressivité compétitive
Kreiser et al., (2002)	Innovation, proactivité, et la prise de risque .
Mario et al., (2002)	Innovation, proactivité, et la prise de risque
Messeghem, (2003)	Innovation, proactivité, et la prise de risque
Tarabishy et al., (2005)	Innovation, proactivité, et la prise de risque

Source : Lim Seongbar, (2009, p 02)

a. L'innovation :

Schumpeter (in Lumpkin, G, T et Dess , G , op-cit, p11) a été le premier qui met l'accent sur le rôle de l'innovation dans le processus entrepreneurial. Cette notion est considérée comme une activité principale et un facteur important pour caractériser l'organisation entrepreneuriale. A cet effet, l'innovation c'est la création de nouveaux produits, services, processus, technologies et modèles commerciaux (Morris et al., in Hortovany,L, 2010, p76). Knight, Kreiser et al (in Hortovany,L, ibidem) ont élargi la définition de l'innovation, selon eux, l'innovation implique aussi la commercialisation, la modification des produits existants, des services et de nouvelles façons de répondre à la demande du marché. La capacité d'innover reflète à la capacité de l'entreprise à accéder et à soutenir de nouvelles idées, des processus créatifs qui peuvent dégager de nouveaux produits et/ou services.

Quand Miller s'est posé la question « *qu'est ce qui caractérise une entreprise entrepreneuriale ?* », il a trouvé comme premier élément de réponse : « *One that engages in product-market innovation, undertakes a somewhat risky venture and is first to come up with proactive innovations, beating competitors to the punch* »

L'innovation pour Miller et Friesen (op-cit) c'est d'accorder de l'importance aux nouvelles idées (nouveaux produits/services, nouveaux processus), à l'activité de Recherche et Développement (R&D), cela à travers la créativité et les expériences. Selon les mêmes auteurs le besoin d'innover est plus poussé chez les entreprises qui travaillent dans un environnement dynamique. Jennings et Young (in Brazeal.D.V,1993 p55) définissent le *corporate entrepreneurship* à partir la capacité de l'entreprise à innover : « *the process of developing new products or new markets. Consistent with this definition, an organization is entrepreneurial if it develops a higher than average number of new products or new markets within that industry* ». Ainsi, Covin et Slevin (1999, p47) montrent que l'innovation présente l'unique critique dans la définition du corporate entrepreneurship : « *the various dimensions of firm-level entrepreneurial orientation identified in the literature...innovation, broadly defined, is the single common theme underlying all forms of corporate entrepreneurship* » . Zahra (1991) de son côté stipule que la caractéristique discriminante de l'entreprise entrepreneuriale est l'engagement dans la création et l'introduction de nouveaux produits : « *distinguishing characteristic of an entrepreneurial especially well before the competition* ».

b. La Prise de risque :

L'entrepreneuriat est fortement relié à la prise de risque. Jhon Stuart Mill en 1800 (in Fayolle,A, et cherchem,N op-cit, p 07) disait que **la prise de risque est une caractéristique prépondérante de l'entrepreneur**. Ainsi, McClelland de son coté, affirme : « *la plupart des théoriciens stipulent que l'entrepreneuriat implique la prise des risques* », cependant, l'attitude envers le risque, seule, ne permet pas de mettre en évidence la capacité entrepreneuriale de l'entreprise. **La prise de risque manifeste la volonté de l'entreprise à mobiliser des ressources pour les investir dans des domaines nouveaux.**

Brochkaus (in Hortovany,L, op-cit, p80) stipule qu'il existe certains entrepreneurs prudents et d'autres qui veulent prendre de risque, ce dernier présente un élément important de l'esprit d'entreprise. En effet, la prise de risque est supposée être la nature élémentaire du comportement

entrepreneurial, puisque les entrepreneurs doivent agir dans des conditions d'incertitude (Stevenson in Hortovany, L, ibidem). Par conséquent, la mesure dans laquelle les chefs d'entreprises diffèrent dans leur volonté de prendre des risques se heurte à des contraintes lorsqu'elle est réalisée sur une évaluation subjective. **Les recherches ont montré souvent que les entrepreneurs préfèrent prendre un niveau de risque modéré, ils ont donc une tendance à éviter les situations à faible risque et à haut risque.** (Sandberg in Hortovany, L, ibidem) **les risques sont généralement évalués, calculés et gérés** (Hortoványi & Szabó, 2006 ; Morris & Kuratko, 2002).

c. La pro activité :

Cette dimension a moins attiré l'attention des chercheurs que les deux dimensions précédentes. Deux caractéristiques capitales ont été données à la pro activité : *le comportement dynamique et la poursuite des opportunités d'affaires* (Knight 1997, Lumpkin et Dess, 1996, Stevenson et Jarillo, 1990).

En effet, selon Porter (in Miller, op-cit) l'entreprise doit agir pro activement afin de développer sa position compétitive par rapport à ses concurrents, et afin de réaliser des profits économiques.

La proactivité (sens de l'anticipation) : c'est l'attitude des dirigeants d'une entreprise qui comporte à rechercher des avantages concurrentiels en prenant des initiatives qui anticipent les besoins latents et futurs dans le marché (Lumpkin et Dess, op-cit, p 146). Les entreprises proactives cherchent constamment de nouvelles opportunités en prévoyant la demande future et le développement de produits et/ou service concernant les besoins des clients. Ces entreprises ont tendance d'être compétitives dans le marché (Lumpkin et Dess, ibidem) et par conséquent, d'être des initiateurs de la découverte de nouveaux attributs qui conduisent à l'augmentation de la création de valeur (Foss et al, 2006).

2- Deuxième Partie : la réalité de l'entrepreneuriat en algérie

Cette deuxième partie nous permet l'opérationnalisation des concepts théoriques. En effet, nous avons présenté notre choix du secteur à étudier, l'outil de mesure et de collecte des données. Par la suite, nous avons traité le comportement de l'ensemble des variables, nous avons commencé, par une analyse descriptive de l'orientation entrepreneuriale des dirigeants pour

savoir le comportement entrepreneurial des PME algériennes. En effet, pour collecter les informations, nous avons choisi la technique d'enquête par *questionnaire*.

Dans le cas de notre recherche, nous avons choisi les PME appartenant au secteur industriel. Cet échantillon a été constitué sur la base d'effectif total. Les entreprises doivent compter généralement entre 10 et 300 personnes employées.

2.1- La méthode de l'échantillonnage

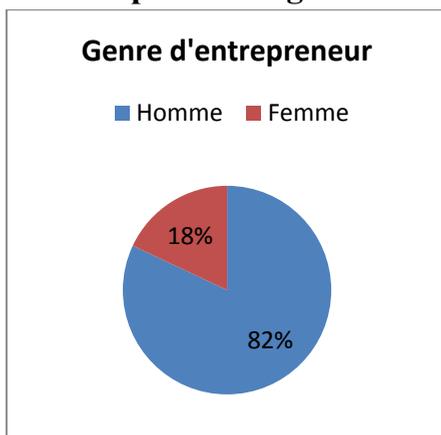
Nous avons utilisé *la méthode non probabiliste*. L'échantillon dans ce cas est constitué d'après un choix raisonné, il se fait selon un certain nombre de critères. (Mayrhofer, U, 2006,p45) Dans le cas de notre recherche, le nombre de questionnaires reçu lors de l'enquête était de 50 sur 88 envoyés, soit un taux de retour de 56.81 % et nous nous sommes destinés aux entrepreneurs dirigeants.

Afin de décrire le comportement de nos variables nous avons utilisé le SPSS (19). Notre objectif de recherche est de décrire le comportement des PME algériennes en matière de l'Orientation entrepreneuriale. Pour ce fait, nous avons testé ces dernières dans le secteur industriel situé dans le nord algérien, plus particulièrement dans les quatre wilayas : Oran, Mostaganem, Sidi BelAbbes, Alger et Blida.

2.2- Interprétation des résultats et discussion

2-2-1 Statistiques descriptives des caractéristiques démographiques des PME algériennes

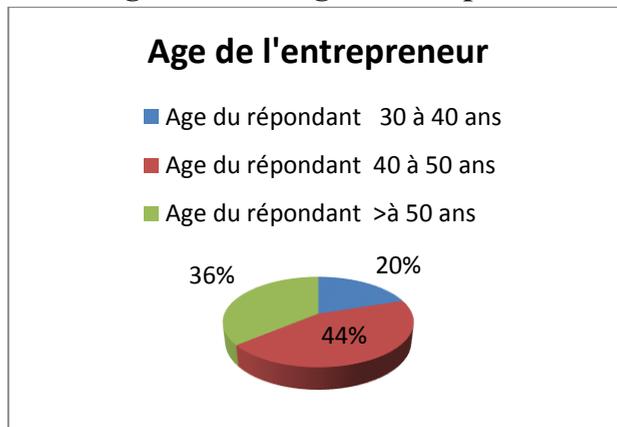
Figure n°02 : Genre d'entrepreneur algérien



Source : élaboré par les chercheurs

Dans le contexte algérien la majorité des dirigeants sont des hommes (82%). Nous constatons que le nombre de femmes entrepreneures en Algérie reste relativement faible. Nous avons rencontré une femme dirigeante à de prête-nom utilisé par leur proche de l'autre sexe afin d'obtenir du registre de commerce. Parmi les difficultés soulevées par les femmes selon cette dirigeante : d'abord, la lenteur et la lourdeur des procédures administratives ; ensuite, les difficultés à trouver du personnel compétent, les difficultés d'accès au marché et enfin la culture de la société algérienne qui a une tendance vers la masculinité (Zina Arabeche, 2011).

Figure n°03: Age d'entrepreneur

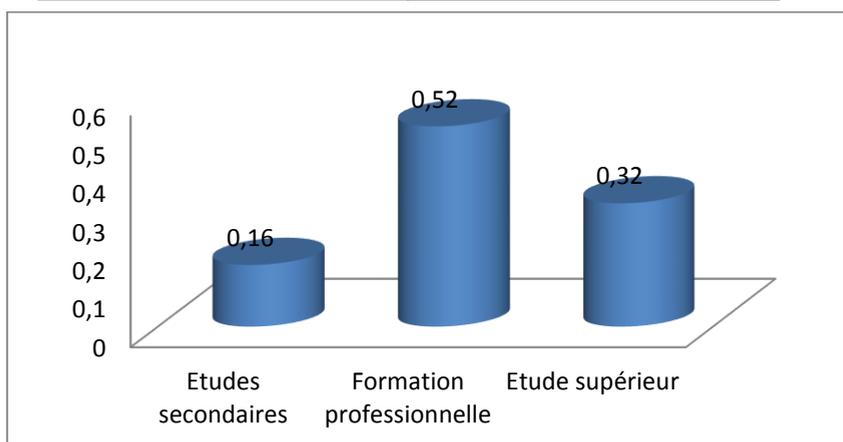


Source : élaboré par les chercheurs

Le tableau de fréquence montre que la majorité des entrepreneurs algériens interrogés sont relativement âgés : 36% d'entre eux leur âge est plus de 50 ans, alors que 20% seulement leur âge compris entre 30 et 40 ans.

L'entrepreneur algérien se caractérise par son expertise et sa longue expérience dans le fonctionnement de son entreprise. A cet effet, il convient d'indiquer que dans les pays de l'OCDE, l'entrepreneur type est âgé de 30 à 35 ans et bénéficie d'une grande expérience professionnelle acquise dans une moyenne ou une grande entreprise (OCDE, 1998, p.197).

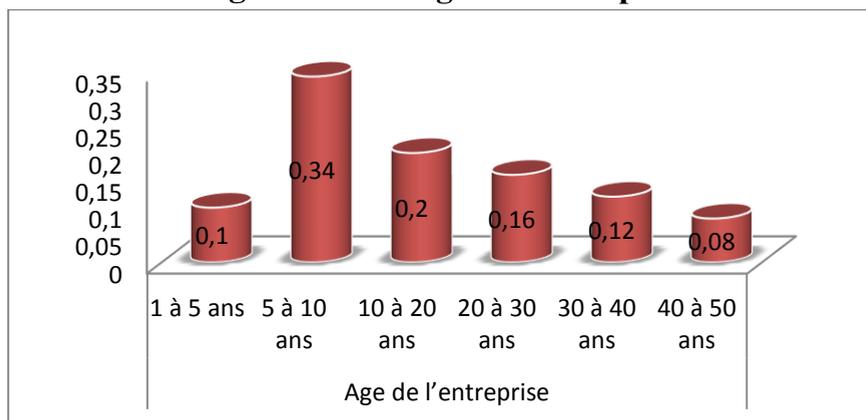
Figure n°04 : Niveau de formation de l'entrepreneur



Source : élaboré par les chercheurs

La lecture de cette figure (N°04) nous indique que 52% des entrepreneurs algériens interrogés ont suivi la formation professionnelle. Selon GEM (2009), l'Algérie possède le plus faible pourcentage d'adultes qui pensent posséder les connaissances et les compétences afin de démarrer une entreprise. Cela c'était prouver empiriquement, car d'après les résultats statistiques descriptifs, la majorité des entrepreneurs ont une formation professionnelle, en d'autres termes, ils n'ont pas suivi des études supérieures. (32%) Cependant, ces derniers pensent que l'enseignement supérieur ne favorise pas l'esprit d'initiative et la créativité. Selon eux, **la formation en entrepreneuriat à l'université ne donne pas les notions nécessaires à la bonne compréhension de la vie des affaires.**

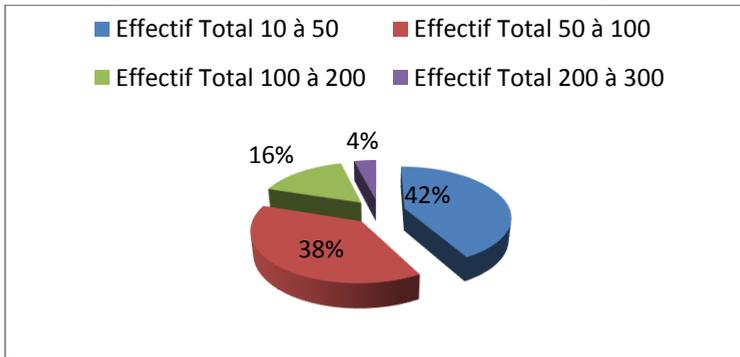
Figure n° 05 : Age de l'entreprise



Source : élaboré par les chercheurs

Nous avons distingué que 34% des entreprises algériennes se trouvent dans la catégorie âge (5 à 10 ans).

Figure n°06 : effectif total des entreprises



Source : élaboré par les chercheurs

En ce qui concerne l'effectif des entreprises gérés par les entrepreneurs algériens interrogés, nous remarquons que 42% sont des entreprises employant entre 10 et 50 personnes. En deuxième degré, 38% des entreprises enquêtées ont entre 50 et 100 employés.

2-2-2 L'interprétation des résultats du tri simple de l'orientation entrepreneuriale des dirigeants algériens

Pour déterminer l'orientation entrepreneuriale des dirigeants algériens, nous avons utilisé la méthode du tri simple afin d'avoir une connaissance globale sur la répartition des réponses. Nous avons démontré dans la partie théorique que l'OE est de plus en plus reconnue comme un facteur principal dans la réussite des entreprises (Miller et Friesen, 1982). Ainsi, l'entrepreneur qui veut s'intégrer dans une stratégie RSE, il doit prendre des risques économiques, innover, et s'impliquer personnellement dans son projet. Nous allons cerner l'OE des dirigeants algériens et voir si elle encourage ou non la réalisation de la responsabilité sociale des entreprises.

A. L'innovation :

Tableau n°03 : Analyse univariée de l'innovation

L'OE (L'innovation)	Les entrepreneurs Algériens
Innov1 ⁷	50%
Innov2 ⁸	47%
Innov3 ⁹	33,3%

Source : Réalisé par les chercheurs

50% des dirigeants ne mettent pas l'emphase sur la recherche et le développement (R&D) et les changements technologiques et l'innovation. Or le reste des dirigeants favorisent la recherche et le développement pour améliorer ses produits. Ainsi, 50% des dirigeants n'introduisent pas des nouvelles lignes de produits ou services. De plus, 60% des responsables ne changent pas radicalement ses produits ou services. En effet, **Selon les entrepreneurs algériens enquêtés, le manque des ressources financières, les compétences et la maîtrise des nouvelles techniques de la technologie exigent de ne pas penser à l'innovation.**

B. La proactivité :

Tableau n°04 : Analyse univariée de la proactivité

L'OE (la proactivité)	Les entrepreneurs Algériens
Proact1 ¹⁰	73,3%
Proact2 ¹¹	36,7%
Proact3 ¹²	60%

Source : Réalisé par les chercheurs

73,3% des personnes interrogées algériennes considèrent que leurs entreprises entreprennent des actions auxquelles les concurrents répliquent. Cependant, 37% des entrepreneurs questionnés admettent que leurs entreprises sont souvent premières à introduire de nouveaux produits, des nouvelles techniques et des méthodes de production. Et selon 60 % des interviewés, leurs entreprises adoptent une position très compétitive visant à réduire la compétition. Bref, nous constatons généralement que les dirigeants algériens sont proactifs car ils cherchent de nouvelles opportunités en anticipant la demande future et le développement de produits concernant les besoins des clients.

C. La Prise de risque :

Tableau n°05 Analyse univariée de la prise de risque

L'OE (la prise de risque)	Les entrepreneurs Algériens
Risqu1 ¹³	40%
Risqu2 ¹⁴	50%
Risqu3 ¹⁵	87%

Source : Réalisé par les chercheurs

57 % des personnes interrogées algériennes ne favorisent pas les projets à haut risque, uniquement 40% d'entre eux ont une tendance à prendre des situations risquées. Encore, selon 87% des dirigeants interrogés la prise de risque manifeste la volonté de l'entrepris¹ et à mobiliser des ressources pour les investir dans des domaines nouveaux. ***D'après le Tri simple, nous avons distingué que les entrepreneurs algériens ont une orientation entrepreneuriale moyennement faible.*** En synthèse, nous avons constaté dans cette deuxième partie les résultats suivants :

2-3L'identification de l'orientation entrepreneuriale des entreprises algériennes: le tableau suivant présente les caractéristiques de l'OE adopté par les entreprises enquêtées

Les variables testées	Les résultats obtenus
OE	PME algériennes
Innovation	Les entrepreneurs sont moins intéressés par l'innovation.
Proactivité	Les entreprises enquêtées ont un comportement de proactivité.
Prise de risque	Il y a une tendance vers la prise de risque.

A travers l'analyse univariée, nous pouvons dire que les entreprises algériennes ont une orientation entrepreneuriale moyenne.

Dans le contexte algérien, nous avons remarqué l'existence d'un environnement entrepreneurial spécifique, lié principalement aux dimensions socio-économiques et socio culturelles (économie informelle et chômage), à la lourdeur des procédures administratives, au manque de financement, de compétence et/ou de formation, de l'expertise ainsi qu'à l'incertitude qui caractérise sur le marché algérien depuis des décennies.

Les contraintes actuelles telle que : la baisse du prix du pétrole, les évolutions politiques et économiques favorisent la réflexion profonde par les autorités publiques algériennes de la problématique de l'entrepreneuriat. Cette notion doit être profondément repensée et le débat autour de la place incontournable de l'entrepreneur dans la sphère économique algérienne renouvelée.

Nous avons pu remarquer que les entrepreneurs algériens sont faiblement engagés dans l'orientation entrepreneuriale (OE). En effet, nous

rappelons qu'en Algérie le secteur de PME est encore jeune car la plupart des PME ont été créées après l'an 2000. Cet état de fait a induit l'absence des notions de l'esprit d'entreprendre (vigilance entrepreneuriale). L'Algérie un pays émergent est intéressé par cette transition vers l'économie de marché.

2-4 Les enjeux des PME algériennes dans l'étape après pétrole :

Les réalisations obtenues au niveau de la PME Algérienne que ce soit le nombre d'emplois générés, l'évolution de leur nombre ces dernières années, suite au développement du secteur privé qui présente la source clé de la valeur ajoutée dans l'Algérie, par exemple¹⁶ :

Au deuxième trimestre 2017, la valeur ajoutée globale réalisée par l'ensemble des activités du secteur de l'industrie affiche une augmentation de 3,7% au lieu de 3,4% au deuxième trimestre de l'année 2016.

La répartition des importations par groupes de produits, comme l'indique le tableau ci-après fait ressortir une augmentation des biens alimentaires 9,61%, alors que pour les autres groupes de produits, on a enregistré des diminutions de l'ordre de 10,8 % des biens destinés à l'outil de production, de 5,6% des biens d'équipements, et de 0,53% pour les biens de consommation non alimentaires

Quant aux exportations « hors hydrocarbures », elles demeurent toujours marginales, avec seulement 5,25% du volume global des exportations soit une valeur de 952 millions de dollars US. Elles ont enregistré une hausse de 6,25% par rapport au premier semestre 2016.

Les principaux produits hors hydrocarbures exportés, sont constitués essentiellement par le groupe « demi-produits » qui représente une part de 3,81% du volume global des exportations soit l'équivalent de 691 millions de dollars US. Le groupe « biens alimentaires » vient en seconde position avec une part de 1,04% soit 189 millions de dollars US suivi par le groupe « produits bruts » avec la part de 0,19% soit en valeur absolue 34 millions de dollars US, et enfin les groupes « biens d'équipement industriels » et « biens de consommations non alimentaires » avec les parts respectives de 0,16% et 0,05%. En fait, ces chiffres montrent que l'économie algérienne est dépendante de l'économie extérieure.

Conclusion

Les principales perspectives de recherche qui apparaissent à l'issue de cette recherche sont :

Dans telle condition les PME algériennes doivent :

- ✓ Focaliser sur le savoir et le savoir faire autrement dit, sur les compétences et le capital humain afin de garantir la création de valeur durable et de miser sur la compétitivité nationale et internationale
- ✓ Repousser l'innovation et la capacité entrepreneuriale d'apercevoir les opportunités et de faire face aux challenges de l'internationalisation et de l'innovation technologique rapide.
- ✓ Stimuler la créativité et l'innovation des processus, des modes de management, des produits, des services et des outils de marketing.
- ✓ Motiver les entrepreneurs à investir dans les secteurs d'activités dans lesquelles l'Algérie dispose les moyens et les ressources susceptibles d'être source de compétitivité à l'échelle internationale (service, tourisme,)
- ✓ Il est nécessaire de faciliter l'accès des PME algériennes aux financements, à l'innovation, à la technologie, et aux marchés internationaux ;
- ✓ Il est nécessaire de favoriser l'entrepreneuriat féminin (surtout dans le contexte Algérien) et les différentes pratiques de gestion durables dans les PME.
- ✓ Il est nécessaire de simplifier, d'assouplir et de diminuer les contraintes réglementaires et administratives. ainsi, d'alléger la charge fiscale qui pèse sur l'activité entrepreneuriale.

Il nous semble que le plus important c'est de **changer profondément les mentalités des algériens en général et des décideurs économique et politiques en particulier** à l'égard de la nécessité de l'entrepreneuriat. Vouloir enseigner l'entrepreneuriat dans les classes secondaires présente un objectif courageux et pertinent. En effet, cet objectif est une condition fondamentale du changement de mentalité souhaitée. **Cela sera réalisable et possible qu'avec une très forte volonté politique**, alimentée par une conscience aigüe des problèmes qui freinent, voire bloquent, la nécessaire adaptation des structures et des règles qui gouvernent le fonctionnement de

l'Algérie aux exigences d'un environnement complexe et en profonde mutation.

¹ Bulletin de Veille PME n°1 du 25 février 2012, Ministère de l'Industrie, de la PME et de la promotion de l'Investissement

² Bulletin d'information statistique n°31.

³ BOUYACOUB Ahmed, (2007), « les PME en Algérie : quelle réalité ? » in entrepreneurs et PME, Approche AlgéroFrançaises, collection logiques sociales dirigée par Bruno PEQUIGNOT, édition l'harmattan

⁴ <http://www.ons.dz/IMG/IPI-1T-2018.pdf>

⁵ Bulletin d'information statistique de la PME n°23, novembre 2013, Ministère de l'Industrie, de la PME et de la promotion de l'Investissement

⁶ Rapport GEM 2009, Global Entrepreneurship Monitor : Rapport régional GEM-MOAN 2009 (Moyen Orient et Afrique du Nord)

⁷ « mon entreprise met l'emphase sur la recherche et le développement (R&D) , les changements technologiques et l'innovation »

⁸ « mon entreprise introduit plusieurs nouvelles lignes de produits ou services »

⁹ « mon entreprise change radicalement ses produits ou services »

¹⁰ « mon entreprise entreprend des actions auxquelles les concurrents répliquent »

¹¹ « mon entreprise est souvent première à introduire de nouveaux produits/services, de nouvelles techniques ou technologiques, des méthodes de production »

¹² « mon entreprise adopte une position très compétitive visant à réduire la compétition. »

¹³ « mon entreprise favorise les projets à hauts risques. susceptible de rapporter un grand retour sur investissement »

¹⁴ « mon entreprise adopte typiquement une posture agressive et audacieuse pour maximiser l'exploitation des opportunités potentielles »

¹⁵ « je crois qu'à cause de la nature de l'environnement d'affaire, des actions à grandes portées sont nécessaires pour atteindre les objectifs de mon entreprise »

¹⁶ Bulletin d'information Statistique de la PME, n°31, p40

Références bibliographiques:

Ouvrages et thèses :

- Courrent J.-M. et Spence M. Chapitre 5 « Orientation entrepreneuriale et engagement des PME dans des logiques de développement durable » p. 113 in « Entrepreneuriat, développement durable et territoire. Approches contextualisées », Sous la direction de Guillouzo R., Edition Hachette Supérieur. (2014)
- Mayrfoer, U, « Marketing », éd. Bréal. (Google books), (2006).
- Quairel-Lanoizelée, « la responsabilité sociale d'entreprise » éd, la découverte 5 (2007)

- OSEO (2012), « RSE, source de compétitivité pour les PME », Edition la documentation française, n°22
- Zina Arabeche, « L'approche culturelle et la gestion intégrale de la qualité : application au secteur agroalimentaire algérien », mémoire du magister, Faculté des Sciences Economiques et Gestion de Tunis, université de Tunis el Manar. Tunisie,(2011),

Articles :

- Adeoti , J. « Small enterprise promotion and sustainable development : an attempt at integration », Journal of Developmental Entrepreneurship, vol. 5, no 1, p. 57-71. (2000).
- Berger.D.S, « RSE, responsabilité sociétale des entreprises, levier de croissance pour la PME ? », Regards croisés, synthèse IGPDE ,(2012)
- Berger.D.S, « Rentabilité et pratiques de RSE en milieu PME premiers résultats d'une étude française » , Revue Management et Avenir ,n°15commission Européenne (2008)
- Covin et Slevin, “Adherence To Plans, Risk Taking, And Environment As Predictors Of Firm Growth”, The Journal of High Technology Management Research Volume 9, Issue 2, Autumn, (1998),
- Covin et Slevin, “Adherence To Plans, Risk Taking, And Environment As Predictors Of Firm Growth”, The Journal of High Technology Management Research Volume 9, Issue 2, Autumn,(1998),
- Fleury.A, (2012), « RSE, responsabilité sociétale des entreprises, levier de croissance pour la PME ? » Regards croisés, synthèse IGPDE
- Jenkins H. “A Business Opportunity Model Of Corporate Social Responsibility For Small- And Medium-Sized Enterprises”, Business Ethics: A European Review, vol. 18, n° 1, (2009),
- Ferrari.R « RSE, responsabilité sociétale des entreprises, levier de croissance pour la PME ? », Regards croisés, synthèse IGPDE, (2012).
- Fisher K.,et al . « Applying asset-based community development as a strategy for CSR : a Canadian perspective on a win-win for stakeholders and SMEs » Business Ethics: A European Review, Vol. 18, n° 1, p.66-82. (2009).
- Hattabou A. et Louitri A. « Développement durable et management des PME : une analyse en termes de proximité. Illustration par un cas du secteur Textile-Habillement », Revue Management & Avenir, Vol. 3, n° 43, p.122-142. (2011),
- Hofer et Bygrave, « The Microfoundations Of Entrepreneurship » , Entrepreneurship Theory and Practice 23, (1999),
- Labelle F. et St-Pierre J., « La conjugaison des facteurs contextuels, organisationnels et individuels comme déterminants de la sensibilité des PME

au sujet du développement durable », Revue Internationale de PME, Vol. 28, n°1, p.157-189. (2015)

- Lumpkin et Dess, « Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance » Academy of management Review,(1996).
- Madoui,M, « éthique islamique et esprit d'entreprise. L'impact de la religion sur la rationalité de l'entreprise : enquête sur les entrepreneurs algériens » , document de travail GRIOT, Paris, France. (2003).
- Miller , D. et P.H. Friesen « Innovation in conservative and entrepreneurial firms : two models of strategic momentum », Strategic Management Journal, vol. 3, no 1, p. 1-25 ,(1982).
- Miller , “revisited: A reflection on EO research and some suggestions for the future » Entrepreneurship Theory and Practice, 2011 - Wiley Online Library, (1983)
- Meyer, G.D., Neck, H.M. and Meeks, M.D. ”The Entrepreneurship U Strategic Management Inter- ” face”. In Hitt, M.A., Ireland, R.D., Camp, S.M. and Sexton, D.L. (eds.) Strategic Entrepreneurship. Oxford Blackwell. 2002.
- Spence ,M.et al , , " Développement durable et PME dans les pays émergents : Entre pro activité, opportunisme et compromis" , , Journal of Small Business and Entrepreneurship vol 22 Source Issue: 3. ,2009.
- Stevenson et Jarillo, « A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management », Strategic Management Journal, Vol. 11, (1990),
- Schaltegger S. et Wagner M., « Sustainable Entrepreneurship and Sustainability Innovation: Categories and interactions », Business Strategy and the Environment, Vol. 20, n°4, p. 222-237(2011)
- Wiklund et Shepherd.), « Knowledge Based Resources, Entrepreneurial Orientation, and the Performance of Small and Medium-Sized Businesses” STRATEGIC MANAGEMENT JOURNAL; n24,(2003).

Conférences :

- Acha,N, « Accompagnement de l'Orientation entrepreneuriale par un management entrepreneurial : Une approche par les ressources. » , XXII conférence internationale de Management Stratégique (AIMS). (2013),
- Aka K. J. et Labelle F. « La responsabilité sociétale des petites et moyennes entreprises ou La RSPME : une analyse de la littérature des dix dernières années », actes du Congrès de l'ASAC, Regina, Canada, (2010).
- Bargues.E, « l'influence des configurations des petites entreprises sur leurs pratiques de socialisation », 10 éme congrès international francophone en entrepreneuriat et PME, (2010).
- Boncler.J, « L'économie solidaire : une nouvelle forme d'entrepreneuriat ? » ,5e Congrès International De L'académie De L'entrepreneuriat, AE, Sherbrooke (2007).

- Delpuech,C, « Quels sont les facteurs favorisant l'intégration de démarches RSE dans les PME ? », 4ème Congrès RIODD « La RSE : Une nouvelle régulation du capitalisme ? » Approches pluridisciplinaires des pratiques et enjeux des démarches organisationnelles socialement et environnementalement responsables, (2008)
- Fayolle,A, et Cherchem,N « culture d'entreprise , profil du dirigeant et orientation entrepreneuriale des PME : Un modèle théorique » , 10 ème congrès international Francophone sur l'entrepreneuriat et la PME, Bordeaux. France. (2010),
- Gribaa, F, et al, « Un modèle exploratoire de l'intention environnementale des dirigeants de PME/PMI tunisiennes » 10 ème congrès international Francophone en Entrepreneuriat et PME. CIFEPME,(2010).
- Messeghem, K. « Peut-on concilier logiques managérial et entrepreneuriale en PME ? » Xi ème conférence de l'association Internationale de Mangement Stratégique 13-14-15 Juin,(2001).
- Spence ,M. Biwole,V.O . et J.Ben Boubaker Gherib, « une étude exploratoire du degré d'engagement des PME dans le développement durable », Actes des Xème journées scientifiques du réseau entrepreneuriat de l'AUF, Antananarivo, 23-26 mai. 2007
- Quaniaux Hélène , « contraintes et opportunités de l'engagement des PME dans des démarches de responsabilité sociale », séminaire « entreprise et société », séminaire « Entreprises et société », Lyon. (2007).