

## La problématique de croissance de la petite et moyenne entreprise privée en Algérie

**Zakia SETTI** est maître assistante en sociologie à l'université d'Alger 2 et chercheuse associée au Cread. Sa thèse s'intitule « *Problématique de la croissance des petites et moyennes entreprises algériennes* ». Elle a rejoint l'IRMC en tant que Boursière de Moyenne Durée (BMD)\*.

Depuis la fin des années 80, l'application de réformes économiques a eu lieu en Algérie, ce qui traduit de nouvelles orientations de l'économie algérienne et une intégration dans l'économie de marché. Dans ce contexte de réformes et de mutations, les entreprises privées et notamment les PME, connaissent une nette expansion. Cette évolution est le résultat des mesures d'incitation et d'encadrement décidées par les pouvoirs publics, en faveur de la promotion et du développement des PME privées. Les statistiques montrent que près de 75 % des PME recensées ont été créées après 1993, et plus de 35 % après 2000, c'est-à-dire après l'adoption des nouveaux codes de promotion et de développement des PME<sup>1</sup>.

En raison du rôle fondamental que jouent les PME dans le processus de développement économique et social dans plusieurs pays développés, l'Algérie a placé cette catégorie d'entreprises, principalement celle du secteur privé, au centre de ses préoccupations et de ses politiques industrielles, la considérant comme alternative au secteur public longtemps conçu comme moteur de création de richesses en dehors des hydrocarbures. En vertu de cette attention particulière, les petites et moyennes entreprises privées sont devenues prédominantes au sein de l'économie algérienne dans la plupart des secteurs d'activité. En effet, les derniers chiffres officiels indiquent que les PME privées représentent plus de 70 % des petites et moyennes entreprises locales.

Bien que le secteur des PME privées se soit fortement développé au cours des dernières années, ces entreprises présentent toujours des structures économiques, financières et organisationnelles jeunes et fragiles, et restent peu préparées à l'ouverture économique et à la concurrence des entreprises étrangères très compétitives, et ce, malgré les différents dispositifs mis en place par l'État en faveur des PME. En outre, ce secteur enregistre un rythme de croissance très lent (1,4 %), ce qui signifie

que les entreprises privées algériennes ne parviennent pas à se transformer en moyenne ou en grande entreprise avec la taille et l'envergure nécessaires pour participer avec succès au développement économique et social de la société algérienne. Les données montrent aussi que ces entreprises, et particulièrement les plus petites d'entre elles, enregistrent des taux de rentabilité relativement élevés. Seulement, l'accumulation des profits de ces entreprises ne génère pas un processus de croissance et de développement.

Partant de ce constat de déficience, il nous semblait intéressant de poser un questionnement fondamental ; pourquoi les petites et moyennes entreprises privées algériennes ne connaissent-elles pas une trajectoire de dynamisme et de croissance et ne parviennent-elles pas à prendre de l'expansion dans leurs activités économiques ?



© <http://niarunblog.unblog.fr>.

À partir de cette étude, nous allons appréhender ce phénomène dans une perspective sociologique en considérant l'acteur ou l'entrepreneur algérien comme unité de base de notre analyse. Nous essaierons de comprendre pourquoi les entrepreneurs ou dirigeants propriétaires des PME algériennes autolimitent la croissance de leur entreprise ou plus précisément ne cherchent-ils pas à la développer. Est-ce dû à une absence d'intention de développer l'entreprise chez ces acteurs ainsi qu'à la nature des motivations qui les ont poussés à créer leur entreprise, telle que la sortie d'une situation de chômage ou la recherche d'une qualité de vie meilleure ? Cette réticence au développement n'est-elle pas liée au sens que donnent les entrepreneurs algériens à leur entreprise en tant que propriété individuelle ou familiale qui est très loin du sens de la propriété économique ?

Tout ceci, en sachant que le processus de croissance et de développement d'entreprise

comporte des risques pouvant entraîner jusqu'à la perte – totale ou partielle – de l'entreprise (par le recours à des moyens tels que l'ouverture du capital, le partenariat, le prêt bancaire...) et que l'entreprise est considérée par les dirigeants propriétaires comme moyen de promotion et d'obtention d'un statut social exceptionnel. Est-ce que le rôle social de l'entrepreneur assigné par son entourage et associé à cette position sociale spécifique, l'oblige à adopter des comportements qui sont loin de la rationalité économique ?

Ce rôle consiste surtout à répondre aux attentes de son entourage, principalement familial, pour protéger, d'une part, cette propriété qui ne reflète pas seulement le statut et la situation sociale du dirigeant propriétaire, mais aussi de toute sa famille, et d'autre part, à assurer le rôle de soutien familial qui est une forme de devoir et d'obligation issue des valeurs sociales de la société algérienne. Nous pouvons également avancer que parmi les facteurs de cette réticence à la croissance de l'entreprise privée algérienne, il existe celui d'une culture de la méfiance qui s'est installée entre l'État et l'acteur économique privé, depuis la période de l'économie administrée.

Cette série de questionnements nous a menés à formuler des hypothèses pour expliquer ce phénomène de ralentissement de la croissance des PME privées algériennes : si le motif de la création d'entreprise est celui d'une volonté de sortie du chômage ou d'amélioration du niveau de vie, l'intention de développer l'entreprise est alors absente dans la vision future des entrepreneurs. Nous avançons, par ailleurs, l'idée selon laquelle l'entrepreneur s'abstient de s'engager dans un processus de développement et de croissance par peur du risque économique qui affecterait son statut social et celui de toute sa famille. Enfin, nous estimons que la relation spécifique qui s'est instaurée entre l'entrepreneur privé et l'État, qualifiée de prudence et de méfiance, fait que celui-ci repousse l'idée de développer son entreprise car elle ne serait que l'expression manifeste de sa richesse économique.

**Zakia SETTI**

\* Dans le cadre de la convention de partenariat passée entre l'IRMC et le SCAC/Ambassade de France en Algérie.

1. Loi sur la promotion des investissements (12 - 93) 05 Octobre 1993 et la loi (01 - 03) du 20 août 2001 sur le développement des investissements.