



Global Social Enterprise
**État des entreprises
sociales en Algérie**

www.britishcouncil.org

En collaboration avec :

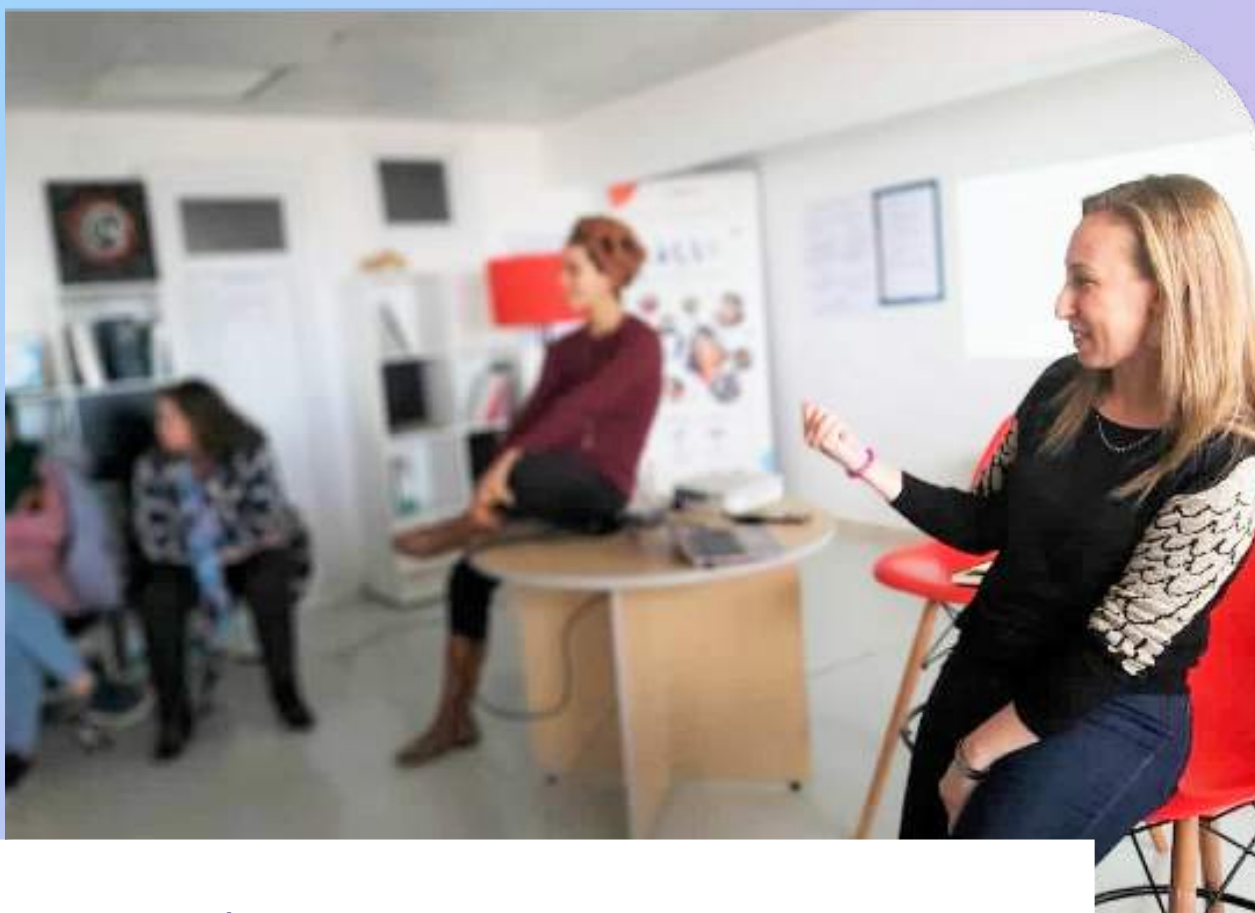
BH
ADVISORY

STRATEGY &
MANAGEMENT
CONSULTING



Social
Enterprise UK





Remerciements

Nous remercions le Ministère des Start-ups et de l'Economie de la Connaissance et le Ministère du Tourisme et de l'Artisanat pour leur soutien. Nous tenons également à remercier IncubMe et The Annex qui ont partagé leurs contacts avec nous afin que nous puissions mener notre sondage, ainsi que toutes les organisations qui nous ont aidé à diffuser le sondage auprès de leurs réseaux respectifs. Merci également à l'entreprise sociale Discover Ghardaia, qui nous a donné l'autorisation d'utiliser leur photo.

Nous tenons également à remercier notre partenaire de recherche, Dan Gregory, de Social Enterprise UK, pour son expertise et pour avoir veillé à ce que notre méthodologie bénéficie de l'expérience d'une série de recherches mondiales, ainsi que Hayat Messekher et Juliet Cornford du British Council pour leur contribution et leur conseil.

Nous tenons également à remercier nos assistants de recherche qui nous ont aidé à administrer le sondage par téléphone et à compiler les données de l'enquête. Enfin, merci à toutes les associations, artisans, petites et moyennes entreprises, entreprises sociales et entrepreneurs qui ont répondu au sondage.

Sommaire

Acronymes et abréviations	7
Liste des tableaux	8
Liste des figures	9
1. Introduction	11
2. Méthodologie	12
3. Vue d'ensemble du pays	15
4. Les principes de solidarité et de coopération sont ancrés dans la culture algérienne	17
5. Définition de l'entreprise sociale dans le contexte algérien	18
6. Il n'existe pas de cadre juridique spécifique aux entreprises sociales	20
7. Formes juridiques adoptées par les entreprises sociales	21
8. Étude de cas : la ville de Ksar Tafilet	24
9. Politiques qui s'appliquent aux entreprises sociales	26
10. Programmes publics pour encourager la création d'entreprises sociales	28
11. L'écosystème de soutien aux entreprises sociales se développe	30
12. Rôle du secteur de l'éducation dans le développement des entreprises sociales	34
13. Estimation du nombre d'entreprises sociales en Algérie	35
14. Les start-ups et projets innovants qui sont "socialement responsables"	36
15. Méthodologie du sondage des entreprises sociales	37
16. Résultat du sondage auprès des entreprises sociales	38
17. Objectifs du sondage auprès des étudiants	60
18. Résultat du sondage auprès des étudiants	61
Conclusion	64
Recommandations	65
Références	67
Annexe 1 : Participants des focus groups et des entretiens individuels	68
Annexe 2 : Questions du sondage auprès des entreprises sociales	70
Annexe 3 : Questions du sondage auprès des étudiants	77
Crédits photographiques	81

Acronymes et abréviations

Acronymes et Abréviations	Signification en Français	Traduction en anglais
ACSE		The Algerian Centre for Social Entrepreneurship
ANGEM	Agence nationale de gestion du microcrédit	National micro-credit management agency
ADS	Agence du développement social	Social development agency
ANEM	Agence nationale de l'emploi	National employment agency
ANSEJ	Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes	The national youth employment support agency
ANADE	Agence nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat	The national agency for support and development of entrepreneurship
CNRC	Centre National de Registre de Commerce	National Trade Registration Office
DZD	Dinar Algérien	Algerian dinar
EU	Union Européenne	European Union
FCMG	Fond de Caution Mutuelle de Garantie	Mutual Guarantee Guarantee Fund
FCMGR	Fonds de Caution Mutuelle de Garantie Risques	Mutual Risk Guarantee Fund
FGAR	Le Fonds de garantie des crédits aux PME	Le Fonds de garantie des Crédits aux PME
FGMMC	Fond de Garantie Mutuelle des Micro Crédits	Micro Credit Mutual Guarantee Fund
IMS	Institut Méditerranéen des Métiers du Spectacle	Mediterranean Institute of Performing Arts
ONS	Office National des Statistiques	National Statistics Office
PADSEL NOA	Programme d'Appui au Développement Local Durable et aux Actions Sociales du nord Ouest de l'Algérie	Support Programme for Sustainable Local Development and social Actions in Northwestern Algeria
PAJE	Programme d'Appui Jeunesse Emploi	Youth Employment Support Programme
PAP ENPARD	Programme d'Actions Pilotes pour le Développement Agricole et Rural en Algérie	Pilot Action Programme for Agricultural and Rural Development in Algeria

Liste des tableaux

Tableau 1 : Principaux indicateurs socio-économiques	12
Tableau 2 : Formes juridiques disponibles en Algérie	18
Tableau 3 : Conditions d'attribution des aides publiques à l'investissement	25
Tableau 4 : Ecosystème des PME	28
Tableau 5 : Estimation du nombre d'entreprises sociales	30
Tableau 6 : Classification des entreprises sociales	32
Tableau 7 : Autres secteurs dans lesquels les répondants du sondage opèrent	34
Tableau 8 : Autres objectifs généraux des organisations	36
Tableau 9 : Autres groupes bénéficiant du soutien des activités des organisations	37
Tableau 10 : Organisations ayant apporté leur soutien aux répondants	47

Liste des figures

Figure 1 : Start-ups labellisées, y compris celles qualifiées de “socialement responsable”	29
Figure 2 : Projets labellisés comme innovants, y compris ceux qualifiés de “socialement responsable”	29
Figure 3 : Étape du cycle de vie de l'entreprise	31
Figure 4 : Âge des entreprises sociales	31
Figure 5 : Portée géographique des entreprises sociales	32
Figure 6 : Localisation des sièges sociaux des organisations	32
Figure 7 : Entreprises sociales qui sont des filiales d'autres organisations	33
Figure 8 : Formes juridiques des organisations	33
Figure 9 : Principaux secteurs dans lesquels opèrent les organisations	34
Figure 10 : Pourcentage de répondants qui savent ce qu'est une entreprise sociale	35
Figure 11 : Principaux éléments permettant de définir une entreprise sociale en Algérie	35
Figure 12 : Organisations s'identifiant comme entreprises sociales	35
Figure 13 : Principaux objectifs des organisations	36
Figure 14 : Groupes bénéficiant des activités des organisations	37
Figure 15 : Organisations qui mesurent leur impact social et environnemental	38
Figure 16 : Nombre total d'individus ayant été soutenu par les organisations	38
Figure 17 : Type de financement reçu par les organisations	39
Figure 18 : Pourcentage de revenus total provenant de subventions durant le dernier exercice fiscal	39
Figure 19 : Chiffre d'affaires annuel des organisations	40
Figure 20 : Nombre d'années pour atteindre le seuil de rentabilité	40
Figure 21 : Organisations ayant réalisé des bénéfices / excédents	40
Figure 22 : Utilisation des bénéfices/ excédents	41

Figure 23 : Niveau d'éducation des dirigeants des organisations	41
Figure 24 : Genre des dirigeants des organisations	42
Figure 25 : Pourcentage des dirigeants des organisations faisant partie d'un groupe vulnérable	42
Figure 26 : Tranches d'âge des dirigeants des organisations	43
Figure 27 : Pourcentage des organisations ayant un conseil d'administration	43
Figure 28 : Type de conseil d'administration	43
Figure 29 : Nombre d'employés à temps plein	44
Figure 30 : Nombre d'employés à temps partiel	44
Figure 31 : Répartition des femmes dans l'effectif de l'organisation	45
Figure 32 : Pourcentage d'organisations ayant des bénévoles	45
Figure 33 : Description de l'écosystème de soutien aux entreprises sociales selon les répondants	46
Figure 34 : Pourcentage d'organisations ayant bénéficié de programme de soutien	46
Figure 35 : Type de soutien reçu par les organisations	47
Figure 36 : Services de soutien qui ne sont pas disponibles en Algérie	48
Figure 37 : Obstacles rencontrés par les répondants	49
Figure 38 : Obstacles financiers rencontrés par les répondants	50
Figure 39 : Chiffre d'affaires estimé pour l'année prochaine	51
Figure 40 : Plan pour atteindre la croissance au cours de l'année prochaine	51
Figure 41 : Pourcentage d'organisations affecté par le Covid-19	52
Figure 42 : Organisations ayant été forcé de licencier du personnel de façon permanente à cause du Covid-19	52
Figure 43 : Type de soutien dont les répondants ont besoin	53
Figure 44 : Étudiants ayant entendu parlé du concept d'entreprise sociale	55
Figure 45 : Principes fondamentaux qui définissent l'entreprise sociale en Algérie d'après les étudiants	55
Figure 46 : Etudiants ayant le projet de créer une entreprise sociale ou étant impliqué dans une organisation / projet ayant un impact social	56
Figure 47 : Intérêt des étudiants pour les entreprises sociales	56
Figure 48 : Soutien du secteur de l'éducation apporté au développement du secteur de l'économie sociale d'après les étudiants	57

Introduction

Ce rapport présente les résultats de la recherche que BH Advisory a été chargé d'entreprendre pour le British Council Algérie, en partenariat avec Social Enterprise UK. Cette recherche visait à fournir une base de référence sur la taille, l'échelle et la portée actuelle des entreprises sociales en Algérie et à fournir des recommandations pour la croissance dans ce secteur.

Contexte de l'intervention

En Algérie, il n'existe pas de consensus national autour de la définition d'entreprise sociale, ni de structure juridique dédiée à ce type d'entreprise.

Pourtant, les principes de solidarité et d'entraide sont profondément ancrés dans les traditions algériennes et favorisent l'émergence d'entreprises sociales. Bien que ces organisations ne se définissent pas systématiquement comme entreprises sociales, elles ont en commun un objectif social (et/ou environnemental), ainsi qu'un modèle économique d'entreprise.

Ce manque de structuration sectorielle implique qu'il n'y ait pas de données statistiques officielles sur les entreprises sociales. Pour y remédier, nous avons opté pour une approche terrain intensive que nous avons voulu la plus inclusive possible.

Principales conclusions

En Algérie, les entreprises sociales :

- sont encore en phase de démarrage et de croissance (76 pour cent).
 - opèrent dans divers secteurs, tels que l'art et l'artisanat (20 pour cent), la culture et les loisirs (8 pour cent), l'environnement (8 pour cent).
 - ont souvent une portée régionale.
 - sont plus souvent pourvoyeurs d'emplois pour les femmes que les autres entreprises, les femmes représentant plus de 50 pour cent de leur effectif (64 pour cent des répondants).
 - recourent le plus souvent au financement personnel pour lancer leur entreprise, 59 pour cent d'entre elles déclarant que l'accès au financement est un obstacle majeur.
 - signalent souvent que la réglementation gouvernementale et les charges administratives (49 pour cent) peuvent constituer des obstacles importants.
 - sont autant susceptibles d'être dirigées par des femmes que par des hommes (49 pour cent de femmes, 49 pour cent d'hommes). Ce pourcentage de femmes dirigeantes est beaucoup plus élevé que dans les autres entreprises.
 - sont optimistes quant à l'avenir, 66 pour cent d'entre elles prévoyant une augmentation de leur chiffre d'affaires.
- ont surtout émergé au cours des trois dernières années (66 pour cent des répondants)

Méthodologie

Recherche documentaire

La première phase a consisté à faire une revue intensive de la littérature des publications sur le secteur de l'entreprise sociale en Algérie. L'intérêt pour l'économie s'est accru en Algérie depuis 2015, avec de nombreuses publications académiques, et plusieurs projets euro-algériens qui incluent une dimension d'économie sociale. Ces projets incluent le PAJE : programme d'appui jeunesse emploi, le PAP-ENPARD : Programme européen de voisinage pour l'agriculture et le développement rural, le PADSEL NOA : Programme d'Appui au Développement Local Durable et aux Actions Sociales du Nord-Ouest de l'Algérie ; et autres. Cependant, il n'existe pas encore de données statistiques sur l'économie sociale ou l'entreprise sociale plus spécialement.

Ateliers de consultation

Nous avons organisé deux ateliers de consultations en ligne les 9 et 15 février 2021 avec une série d'incubateurs, d'institutions publiques, d'entreprises sociales et d'universitaires.

L'objectif principal de ces ateliers était d'impliquer les parties prenantes dans le projet et de recueillir leurs retours et conseils sur la méthodologie.

Entretiens semi-structurés

La phase suivante de notre recherche a consisté à réaliser 20 entretiens individuels (en face-à-face ou en ligne), ce qui nous a permis d'obtenir un aperçu des perceptions et opinions individuelles d'un certain nombre de parties prenantes clés de l'écosystème sur les sujets suivants :

- structure des entreprises sociales en Algérie et leur nature (pour comparer avec les résultats de la recherche documentaire).
- obstacles et défis auxquels les entreprises sociales sont confrontées, et leurs besoins.
- recommandations à court, moyen et long terme pour surmonter ces obstacles et soutenir l'écosystème afin de créer un environnement plus favorable à la croissance et au développement.
- secteurs où les entreprises sociales peuvent avoir le plus grand impact, (i.e. où le marché ne parvient pas à fournir des biens et services adéquats, ou ceux qui sont les secteurs prioritaires pour la croissance nationale).
- identification de trois localités ayant un potentiel particulier pour la croissance des entreprises sociales et qui pourraient recevoir une attention particulière à l'avenir.

Focus group

Nous avons composé 6 focus groups avec des entreprises sociales, des incubateurs, des universitaires, des étudiants et des conseillers ministériels pour discuter davantage des résultats des entretiens semi-structurés.

Les résultats de ces focus groups ont été soumis à un groupe consultatif afin de discuter de solutions concrètes pour améliorer la structuration et le travail des entreprises sociales.

Sondage des entreprises sociales

Au cœur de cette recherche, une enquête a été menée auprès des entreprises sociales, afin d'explorer les informations suivantes :

- caractéristiques et activités des entreprises sociales
- communauté, social et environnement
- objectifs, impact social
- données économiques
- structure organisationnelle
- personnel
- services de soutien à l'écosystème
- défis et obstacles
- planification et attentes futures
- effets du Covid-19.

Le questionnaire était disponible en trois langues : arabe, français et anglais.

Echantillonnage

Nous avons créé une base de données des organisations qui pourraient être identifiées comme des entreprises sociales.

Cette démarche a été construite avec une approche inclusive dans le but de recueillir autant d'informations pertinentes que possible, puis de les filtrer et de les analyser dans un second temps.

A partir de cette base de données, nous avons contacté 250 organisations par téléphone, par e-mail et lors d'événements en face à face, afin d'atteindre les participants qui ne sont pas à l'aise avec les outils numériques. Nous avons également publié l'enquête en ligne, via Facebook et LinkedIn.

Alors que notre objectif était de recueillir 100 réponses, nous avons pu interroger 109 organisations au total.

Pour nous aider à filtrer les réponses du sondage et nous concentrer uniquement sur les informations fournies par les organisations que nous avons considérées comme des entreprises sociales aux fins de cette étude, nous avons utilisé une combinaison de trois critères :

- l'organisation a un objectif social et n'est pas uniquement motivée par les profits
- l'organisation a une activité commerciale et moins de 50 pour cent de ses revenus totaux provenaient de subventions au cours du dernier exercice financier
- les bénéfices et l'excédent de l'organisation ne sont pas utilisés pour partager avec les actionnaires.

Après avoir appliqué ces critères, nous avons conservé un total de 80 répondants. Il convient de noter que parmi les 80 personnes interrogées, une proportion importante n'avait jamais entendu parler du concept d'entreprise sociale (36 pour cent). De plus, seulement un pour cent des répondants estiment que vendre des biens et services est l'un des principaux principes qui définissent une entreprise sociale.

Cela confirme les conclusions des entretiens individuels et des focus groups que nous avons menés qui ont suggéré qu'en tant qu'entreprise sociale, générer des revenus est parfois perçue comme tabou et constitue donc une information qu'elles préfèrent ne pas divulguer. Elles ont également suggéré qu'il existe une certaine confusion entre l'entreprise sociale et le travail caritatif, même parmi les entreprises sociales elles-mêmes.

© Mat Wright



Sondage des étudiants

Nous avons également mené un sondage auprès des étudiants, dans le but de mesurer leur connaissance et leur intérêt pour les entreprises sociales.

Le questionnaire était également disponible en trois langues : Arabe, Français et Anglais et publié en ligne.

Echantillonnage

L'échantillon est composé de 102 étudiants issus d'universités localisées dans 15 des 58 wilayas d'Algérie.

Vue d'ensemble du pays

Surface et population

Avec une superficie de plus de 2,3 millions de km², l'Algérie est le plus grand pays d'Afrique.

Ses 43 millions d'habitants sont très inégalement répartis à travers les 58 préfectures appelés *wilayas*. On estime que 91 pour cent de la population vit sur 12 pour cent du territoire, notamment dans la partie nord du pays, le long de la côte méditerranéenne. La nature est rude et les services publics sont moins accessibles dans les régions montagneuses, du Sahara ou éloignées, communément appelées « zones d'ombre », où certaines populations sont nomades.

Le pays est plurilingue : l'arabe et le tamazight sont les deux langues officielles, mais les algériens utilisent aussi largement le darija (dialecte arabe algérien) et le français.

Economie

Depuis les années 1990, l'économie de l'Algérie repose largement sur la production d'hydrocarbures. En effet, les hydrocarbures représentent environ 93 pour cent des exportations et 20 pour cent du PIB (moyenne sur la période 2015-2019).

Entre 1999 et 2014, les prix élevés du pétrole ont permis de générer des revenus considérables.

Mais le choc pétrolier de 2014 a fragilisé les équilibres économiques et a révélé la vulnérabilité d'un modèle économique basé sur les hydrocarbures.

Changements politiques survenus en 2019

Après son élection en 1999, le président Bouteflika a accompli plusieurs mandats présidentiels et a continué de rester en poste même après avoir subi un grave accident vasculaire cérébral qui l'a rendu invalide.

Vingt ans après, en février 2019, le président Bouteflika a annoncé qu'il se présenterait à un cinquième mandat présidentiel, ce qui a déclenché des manifestations massives mais pacifiques dans tout le pays. Cela a conduit le président Bouteflika à renoncer à sa candidature et à démissionner.

Un président par intérim, le président du Conseil de la Nation, M. Abdelkader Bensalah, a été nommé jusqu'à l'organisation de nouvelles élections présidentielles en décembre 2019.

Abdelmajid Tebboune a remporté ces élections avec 58,51 pour cent des voix. Depuis, la mobilisation populaire se maintient au travers de manifestations ayant lieu tous les vendredis et demandant de nouveaux changements politiques.

Tableau 1 : Principaux indicateurs socio-économiques

Années	2015	2016	2017	2018	2019
Population (en millions) ¹	39,728	40,551	41,389	42,228	43,053
Population active (en millions) ¹	11,8	12,1	12,4	12,5	12,7
Taux de chômage (en %) ¹	11,21	10,20	12,00	11,89	11,81
Inflation, prix à la consommation (en % annuel) ²	4,8	6,4	5,6	4,3	2,0
Revenu national brut par habitant (en US\$) ¹	11 700	11 510	11 370	11 450	11 530
PIB total (en US\$ courant)	165,97 Md	160,03 Md	167,38 Md	173,75 Md	169,98 Md
Croissance annuelle du PIB (en %) ¹	3,7	3,2	1,3	1,2	0,8
Croissance annuelle du PIB hors hydrocarbures (en %) ¹	5	2,2	2,1	3,3	2,4

¹ Office National des Statistiques, ONS

² Banque Mondiale

Les principes de solidarité et de coopération sont ancrés dans la culture Algérienne

En Algérie, l'économie sociale repose sur des valeurs de coopération et de mutualisme qui sont profondément ancrées dans la culture, la tradition et la religion. Ces pratiques tirent leur origine des organisations sociales traditionnelles et des principes religieux qui sont apparus bien avant l'indépendance de l'Algérie. Les chercheurs universitaires Karima Benamara et Malika Ahmed Zaid ont identifié trois formes principales d'organisations sociales : la solidarité villageoise, la solidarité religieuse et la solidarité organique.

Solidarité villageoise

La solidarité villageoise repose sur la contribution de chaque villageois au bon fonctionnement du village, soit sur la base du volontariat, soit de manière obligatoire :

- Touiza : également appelé *tiwizi*, est un système d'entraide et de coopération basé sur le volontariat. Cela consiste à fournir volontairement un service au profit d'une personne qui a besoin d'aide (par exemple pour la construction d'une maison) ou dans l'intérêt général du village (par exemple pour la construction d'un dispensaire). Cette forme de solidarité subsiste à ce jour dans toutes les régions d'Algérie.
- Thachemlith : est une action collective obligatoire réalisée dans le pour le bien-être du village.

Solidarité religieuse

Le deuxième type de solidarité que l'on observe en Algérie tire son origine de la religion.

- Wakf : en droit islamique, le wakf fait référence à une dotation caritative inaliénable d'un terrain, d'une propriété ou de tout autre bien, faite par un individu à une organisation publique, pieuse ou caritative, ou à un ou plusieurs individus. C'est une pratique qui perdure aujourd'hui. En 2021, l'Algérie compte 11 700 wakf actifs.
- Zakat : la zakat est une obligation religieuse imposée aux individus dont la richesse dépasse un seuil fixé (ressources financières supérieures à l'équivalent de 85 grammes d'or, bétail, biens, fruits, légumes, etc.) et qui consiste à donner de l'argent aux pauvres et aux nécessiteux, selon un certain taux. La Zakat est redistribuée à ceux qui en ont besoin.

Solidarité organique

La solidarité organique existe dans un cadre légal plus formel et fait référence aux associations qui activent principalement dans les domaines de la religion, la politique, les sports, la culture et l'action sociale.

5.

Définition de l'entreprise sociale dans le contexte Algérien

Bien que les principes de solidarité et de mutualité soient ancrés dans la culture algérienne, il n'existe pas de consensus sur la définition d'entreprise sociale dans le pays.

Pour les besoins de cette étude, nous avons choisi de ne pas imposer de définition de l'entreprise sociale ; à l'inverse, nous avons saisi cette opportunité pour explorer avec les principaux acteurs du secteur et les entreprises sociales, leur propre définition de l'entreprise sociale algérienne.

Grâce aux focus groups et aux entretiens individuels que nous avons menés, nous avons pu identifier les critères clés utilisés par les répondants pour définir une entreprise sociale.

L'impact positif est le principal objectif d'une entreprise sociale

À l'unanimité, les répondants estiment que l'objectif premier d'une entreprise sociale est d'apporter un impact positif sur la société ou sur l'environnement. L'impact social doit profiter à la communauté et ne pas servir les intérêts d'une seule personne.

La notion d'impact positif est vue au sens large et peut inclure la réduction d'une inégalité, la réponse à un besoin spécifique ou l'amélioration des conditions d'une population.

Une entreprise sociale doit générer un revenu

Les parties prenantes ont également soulevé la distinction qui existe entre les entreprises sociales et le travail bénévole.

Une entreprise sociale doit pouvoir atteindre l'autonomie financière pour pouvoir remplir son engagement social. La génération de revenus se fait par la vente de biens et de services sur un marché, en tant qu'activité commerciale.





Les bénéfices ne doivent pas être utilisés pour enrichir les actionnaires

La notion de profit est également considéré comme centrale. Les entreprises sociales se distinguent des autres types d'entreprises dans lesquels le principal objectif est de générer des bénéfices et les distribuer aux actionnaires.

A l'inverse, une entreprise sociale utilise les profits qu'elle a généré pour mieux accomplir sa mission, en développant ou en augmentant son impact social, en constituant des réserves ou en finançant d'autres organisations sociales par exemple.

Le mot social est parfois perçu différemment

Les parties prenantes ont aussi fait remarqué que la terminologie « entreprise sociale » peut prêter à confusion dans le contexte Algérien. En effet, le mot « social » est parfois utilisé pour se référer aux allocations sociales publiques et aux personnes qui dépendent de cette aide.

Il n'existe pas de cadre juridique spécifique aux entreprises sociales

En Algérie, l'entreprise sociale reste à définir formellement. Si certaines entreprises sont des entreprises sociales sans le savoir, d'autres se proclament entreprises sociales alors qu'elle se contentent de faire preuve d'un certain degré de responsabilité sociale des entreprises (RSE) au lieu d'avoir une mission sociale au cœur de leur activité.

De ce fait, actuellement, les entreprises qui se revendiquent comme des entreprises sociales n'ont donc pas accès à un soutien dédié ou à un cadre juridique distinct (soit un cadre juridique distinct, soit un statut juridique supplémentaire), puisqu'il n'existe pas de distinction formelle entre une entreprise traditionnelle à but lucratif et une entreprise sociale.

Le cadre juridique actuel n'encourage pas la création d'entreprises sociales

Cette absence d'un cadre formel ou de mesures de soutien est parfois perçu par les entreprises sociales comme une source de désavantages fiscaux et opérationnels.

Par exemple, une entreprise sociale avec qui nous sommes entretenus, nous a expliqué que la méconnaissance des spécificités des entreprises sociales de la part de agents publics a conduit à des prélèvements fiscaux inappropriées et à des difficultés d'accès au financement classique.

Au delà de cela, il existe également un manque d'orientation concernant les structures juridiques que les entreprises sociales peuvent adopter pour les aider à naviguer et à surmonter les défis auxquels elles sont confrontées.



© Mat Wright

Formes juridiques adoptées par les entreprises sociales

Bien qu'il n'existe pas de forme juridique spécifiquement destinée aux entreprises sociales, toujours est-il qu'il existe de nombreuses formes juridiques qu'elles peuvent adopter.

Petites et moyennes entreprises

En Algérie, le Centre national du registre du commerce est l'organisme chargé de l'enregistrement de tous les formes d'entreprises. Les différents formes juridiques sont présentés dans le tableau ci-dessous.

En 2019, il y avait 2 059 810 entreprises enregistrées en Algérie, dont 90 pour cent d'entreprises individuelles et cinq pour cent de sociétés à responsabilité limitée*.

Tableau 2 : Type de formes juridiques disponibles en Algérie

Type de formes juridiques	Nombre d'associés minimum	Capital social minimum	Nombre d'entreprises enregistrées en 2019
Entreprise individuelle	1	Aucun	1 856 676
Entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée	1	Aucun	72 404
Société à Responsabilité Limitée	2	Aucun	105 852
Société en nom collectif	2	Aucun	11 159
Société par actions	7	5 000 000 DZD	11 583
Société en commandite par actions	3 commanditaires	5 000 000 DZD	4
Groupement	2 personnes morales	Aucun	479
Société en commandite simple	1	Aucun	18
Succursale	NA	NA	206
Entreprise publique industrielle et commerciale	NA	NA	1429
		Total	2 059 810

*Bien que ce chiffre peut paraître élevé, il n'est pas si différent de celui d'autres pays. Au Royaume-Uni, par exemple, on estime que 62 pour cent des entreprises sont des entreprises individuelles.

Mutuelle sociale

En Algérie, les mutuelles sont des organisations juridiques à but non lucratif dont la mission est de porter des actions de solidarité, d'entraide et de prévoyance en faveur de leurs membres. En effet, l'art n° 2 du décret exécutif n°15-02 du 4 janvier 2015 définit les mutuelles sociales comme "une personne morale de droit privé à but non lucratif."

Les ressources des mutuelles proviennent principalement des cotisations des membres, des dons et legs, des revenus des fonds placés par la mutuelle et des autres revenus.

Les ressources et les bénéfices des mutuelles peuvent être affectés au bénéfice individuel et collectif, en placements et en réserves.

Association

Bien que certains ne considèrent pas les associations comme des entreprises sociales, les articles 29 et 31 de la loi n°12-06 prévoient la possibilité pour les associations de générer des revenus - à condition que l'affectation de ces revenus soit utilisée pour atteindre les objectifs de l'organisation. Il est donc possible pour les associations de répondre aux critères que nous avons adoptés pour définir les entreprises sociales, même si certaines ne se reconnaissent pas comme telles.

NB : il est interdit aux associations de recevoir des fonds d'institutions et d'ONG étrangères, sauf si elles y sont autorisées par le Ministère de l'intérieur, des collectivités locales et de l'aménagement du territoire.

Fondation

Les fondations sont définies comme des institutions privées créées par une ou plusieurs personnes physiques ou morales, par la dévolution d'un fonds ou de biens ou droits destinés à promouvoir une œuvre ou des activités spécifiquement définies. Les fondations ont les mêmes droits et obligations que les associations.

Artisan et entreprise d'artisanat

En Algérie, le secteur artisanal bénéficie d'un statut spécifique : les entrepreneurs peuvent soit choisir d'avoir la personnalité juridique (entreprises), soit d'exercer une activité artisanale.

Toute personne physique qui exerce une activité artisanale a le droit d'être immatriculée en tant qu'artisan au registre des métiers. De même, toute entreprise qui exerce une activité artisanale, emploie un certain nombre de salariés et est dirigée par un artisan peut bénéficier du statut d'entreprise artisanale.

Les artisans et les entreprises artisanales bénéficient de mesures incitatives telles que : un régime fiscal simplifié (exonération d'impôt au début de leur activité, taux de TVA réduit, etc.) ; une facilité d'accès aux crédits pour l'acquisition de matières premières, d'équipements, d'outils et de frais de fonctionnement ; une facilitation pour l'acquisition d'un terrain.

Coopérative

Les coopératives sont des organisations à but non lucratif dont le principe fondateur est la solidarité, comme le décrit l'article deux du décret exécutif n° 96-459. Elles opèrent souvent dans le secteur de l'agriculture et de l'artisanat. Les coopératives peuvent réaliser des opérations liées à la production, à la collecte, à la transformation, au conditionnement, au stockage, à la commercialisation et à l'exportation de leurs membres.

Le capital social initial de la coopérative est constitué de parts sociales, détenues à parts égales par tous les membres. La coopérative peut recevoir des dons et des legs, ainsi que d'autres actifs et biens.

Lorsque la coopérative a généré un bénéfice ou un excédent, elle est légalement tenue de l'utiliser pour constituer des réserves ou pour accorder des réductions sur les cotisations des membres.



Entreprises individuelles

Cette forme d'entreprise est généralement destinée aux petites entreprises. L'enregistrement des entreprises individuelles auprès du Centre National du Registre de Commerce est une procédure simple et rapide qui ne nécessite pas la constitution d'une nouvelle entité ou l'apport d'un capital social. Les entreprises individuelles bénéficient d'un régime fiscal et comptable simplifié.

Entreprises non enregistrées

Les entreprises non enregistrées représentent une part importante de l'économie algérienne. En effet, la Banque mondiale a estimé qu'entre 2010 et 2018, l'économie informelle représentait 29,1 pour cent du PIB algérien.

Etude de cas : la ville de Ksar Tafilelt

Située au sud du pays, dans la wilaya de Ghardaia, Ksar Tafilelt est la première ville éco-citoyenne algérienne. Le projet a remporté le National Energy Globe Award 2020 ainsi que le premier prix de la « ville durable » de la COP 22.

Objectif social

La création de la ville de Ksar Tafilelt a été initiée en 1997 par Ahmed Nouh, le fondateur de l'organisation Amidoul.

À l'époque, l'Algérie était confrontée à une crise du logement qui laissait de nombreuses familles dans l'incapacité de se loger.

Dans le but de construire une ville avec des logements abordables et qui respecterait l'environnement et le patrimoine culturel de la région, l'organisation a acheté 22,5 hectares de terrain rocheux à l'Etat algérien à un prix très bon marché. Le projet prévoyait également la possibilité d'offrir des crédits immobiliers à taux zéro.

Le projet a été soutenu par l'Etat algérien, et par des notables de la région qui ont avancé le coût initial du projet, et par la population locale qui a organisé une touiza (voir page 17 pour la définition de touiza) pour la construction.

Une organisation qui a pris plusieurs formes

Pour mener à bien sa mission, le porteur de projet, Ahmed Nouh, a créé en 1997, une Société Civile Immobilière ayant pour mission de construire des logements collectifs destinés à la vente. Toutefois, les statuts de l'entreprise indiquaient qu'elle n'avait pas pour vocation de réaliser des bénéfices.

En 1998, Ahmed Nouh crée une entreprise unipersonnelle dont l'objet est de construire des logements collectifs destinés à la vente.

En 1998, Ahmed Nouh crée une entreprise individuelle à responsabilité limitée dans le but d'entériner la mission de l'entreprise.

En 2017, Ahmed Nouh crée la Fondation Amidoul, une organisation caritative dont le but est d'apporter un soutien à l'entretien des espaces communs de la ville, de promouvoir les orientations environnementales, sociales et écologiques, et d'encourager toute action collective ou individuelle visant à améliorer la qualité de vie de ses habitants.



Durabilité

La durabilité est au cœur du projet : la ville est construite avec des matériaux locaux, isolants et surtout durables tels que le plâtre, la pierre et la chaux ; près de la moitié des eaux usées sont traitées par des procédés d'épuration biologiques ; la majorité de l'éclairage public est alimenté grâce à l'énergie solaire ; les habitants trient leurs ordures, ce qui n'est pas courant en Algérie.

Impact social

L'organisation Amidoul a mesuré l'impact de son projet et annonce les résultats suivants :

Social

- Résultat : Réduction de 30% du coût du logement
- Impact : fourniture de logements abordables

Ecologique

- Résultat : 72 000 m² de construction
- Impact : maintien de l'équilibre écologique dans la palmeraie

Culturel

- Résultat : Construction de logements traditionnels
- Impact : préservation du patrimoine culturel

Technique

- Résultat : Mise en œuvre de nouvelles normes de construction
- Impact : inspiration d'autres constructions

Politiques qui s'appliquent aux entreprises sociales

Aperçu historique de la politique des PME

La politique des PME en Algérie s'est développée depuis les années 1980 dans un contexte de forte fiscalité, d'une législation du travail stricte et de restrictions au commerce extérieur.

Une loi favorisant l'investissement privé a été introduite en 1982 (loi n° 82-11) dans le cadre des deux plans quinquennaux de 1980-1984 et de 1985-1989.

Un code des investissements a été établi en vertu du décret législatif n° 93-12 d'octobre 1993 relatif à la promotion des investissements. Ce code consacre la liberté d'investir. Il est aligné sur les dispositions légales régissant l'investissement dans les pays voisins du Maroc et de la Tunisie.

En 1995, la loi sur la privatisation a été promulguée, créant notamment le Conseil National de privatisation chargé de diriger l'exécution d'un programme de privatisation. La privatisation de nombreuses entreprises publiques a contribué au développement de petites et moyennes entreprises dans certains domaines de l'économie.

Lois spécifiques favorisant les PME

Trois textes juridiques clés ont été adoptés entre 2001 et 2017 :

- l'ordonnance relative au développement de l'investissement (ordonnance n° 01-03 du 20 août 2001)
- la loi d'orientation sur la promotion des PME (loi n° 01-18 du 12 décembre 2001)
- la loi d'orientation sur le développement des PME (loi n° 17-02 du 10 janvier 2017).

Un large éventail de mécanismes de soutien a accompagné ces lois dont une pépinière d'entreprises (créée par le décret n° 03-78 du 25 février 2003), et une série de mesures destinées :

- à encourager toute initiative visant à faciliter l'accès des PME au foncier ;
- à œuvrer pour la mise en place de régimes fiscaux adaptés aux PME ;
- à faciliter l'accès des PME aux institutions et services financiers adaptés à leurs besoins ;
- à encourager les associations professionnelles, les bourses de sous-formation et les groupements.

- Renforcer la coordination entre les dispositifs de création et de soutien aux PME aux niveaux central et local
- Promouvoir le développement des technologies et l'innovation au sein des PME.

Création et croissance des PME

Une agence spécifique – l'Agence de Développement de la PME et de la Promotion de L'Innovation - a été créée pour assurer la mise en œuvre de la politique de développement des PME en termes d'émergence, de croissance et de durabilité, y compris l'amélioration de la qualité, la promotion de l'innovation et le renforcement des compétences et des capacités managériales des PME.

L'Etat veille au développement du partenariat public / privé et œuvre à l'élargissement du champ des concessions de service public au profit des PME.

En 2005, un organe consultatif dénommé « Conseil National de Concertation pour le Développement de la PME,» a été créé par le ministre en charge des PME.

Lors de l'attribution des marchés publics, les services compétents de l'État veillent à ce qu'une partie de ces marchés soit soumise à la concurrence interne des PME.

Promotion de la sous-traitance

Dans le cadre d'un effort de renforcement des capacités nationales de sous-traitance, le gouvernement algérien encourage :

- la substitution des importations de biens et services par la production nationale ;

- l'insertion, par les services de la commande publique, d'une clause obligeant les cocontractants étrangers à recourir à la sous-traitance nationale dans les contrats de prestation de services, d'études, de suivi et de réalisation d'équipements publics ;
- l'insertion, dans les cahiers des charges des appels d'offres et des avis de consultations des marchés publics nationaux, d'une clause de bonus en faveur des soumissionnaires ayant recours à la sous-traitance fournie par les PME.

Système d'information des PME

L'Agence de Développement de la PME et de la Promotion de L'Innovation a mis en place un système d'information sur les PME afin afin de favoriser la prospective et une meilleure prise de décision.

Programmes publics pour encourager la création d'entreprises sociales

Depuis 2013, l'Union européenne met en œuvre divers programmes en Algérie dans le but de construire un cadre stratégique qui soutiendrait le développement local. Ces programmes, qui ont été élaborés en collaboration avec les autorités locales, comportent souvent une dimension liée à l'économie sociale.

Programme PAP ENPARD (2014)

PAP-ENPARD, fait partie de l'initiative européenne ENPARD (Programme européen de voisinage pour l'agriculture et le développement rural) visant à soutenir les pays voisins par des politiques agricoles et rurales.

Le PAP-ENPARD est fait pour soutenir la mise en œuvre du développement agricole et rural de l'Algérie à travers le développement de projets et d'initiatives. L'objectif général du programme est d'améliorer les conditions de vie en augmentant les revenus et l'emploi dans les zones rurales.

Avec le soutien des associations partenaires, le programme a organisé des sessions de formation sur l'entreprise sociale et plus largement sur l'économie sociale et solidaire.

Programme PAJE (2015)

Le programme PAJE (Programme d'appui jeunesse emploi) a débuté en 2015 et s'est achevé en 2019. Il a été cofondé par l'Union européenne (avec 23,5 millions d'euros) et le gouvernement algérien (avec 2,5 millions d'euros).

L'objectif principal de ce projet était de soutenir l'emploi des jeunes âgés de 16 à 35 ans, à travers de trois composantes :

1. renforcement de l'intersectorialité et des partenariats dans la mise en œuvre de la politique nationale de la jeunesse
2. renforcement de l'accompagnement des jeunes pour améliorer leur insertion socioprofessionnelle
3. soutien à la création d'activités favorisant l'employabilité, notamment par le développement de l'économie sociale et solidaire.

Le programme se concentre sur quatre wilayas algériennes qui étaient Annaba, Batna, Khenchela et Oran.

Programme CAPDEL (2016)

Axé sur le renforcement des capacités des acteurs du développement local, le programme CAPDEL (Programme de renforcement des capacités des acteurs du développement local) favorise une gouvernance locale transparente, le renforcement de la cohésion sociale et l'émergence d'entreprises sociales locales et diversifiées. A ce titre, le programme a financé 40 projets associatifs, notamment ceux qui créent de l'emploi pour les jeunes et les femmes.

Programme PESDEL NOA (2017)

Le PESDEL NOA (Programme d'Appui au Développement Local Durable et aux Actions Sociales du Nord-Ouest de l'Algérie) est un programme qui vise à promouvoir le développement local et durable et les actions sociales dans la région du Nord-Ouest de l'Algérie.

Doté d'un budget de 43 millions d'euros, l'objectif global du projet est de contribuer à la réduction des disparités sociales et économiques, grâce au développement intégré et durable de 24 communes au sein des wilayas de Aïn Defla, Chlef, Médéa, Tiaret, Tissemsilt et Saïda. Le programme prévoit la formation et le coaching des entreprises sociales, rurales et agricoles.

Programme du PNUD (2020)

En mars 2020, le PNUD a lancé un programme intitulé « L'économie sociale au service de l'inclusion économique et de l'innovation sociale » d'un montant global de 1 million de dollars.

Ce programme, qui se concentre sur les wilayas d'Oran, Béchar, Khenchela et Naama, vise à améliorer l'inclusion sociale et économique des jeunes, des femmes et des personnes ayant des besoins spécifiques.

À ce titre, 30 jeunes, dont 40 pour cent de femmes, recevront un soutien et une formation pour créer des micro-entreprises.



L'écosystème de soutien se développe

Bien que l'écosystème algérien de soutien aux entreprises sociales en soit encore à ses débuts, il est clairement en train de se développer. Cependant, l'écosystème de soutien aux entreprises sociales n'est pas seulement dédié aux entreprises sociales, mais soutient plus largement toutes les PME et les start-ups, y compris les entreprises sociales. Si le soutien aux entreprises est assuré par des organisations publiques et privées, le soutien public consiste principalement en des financements et des exonérations fiscales, tandis que les organisations privées jouent un rôle dans l'incubation, la formation, la mise en réseau et les espaces de co-working.

Soutien public

Depuis les années 1990, le gouvernement algérien encourage les jeunes à créer leur propre entreprise afin de diversifier l'économie et de réduire le chômage. Une série de mesures d'encouragement ont été mises en place à travers la création de trois agences, chacune dédiée à des populations cibles différentes. Ces agences proposent des prêts sans intérêt, des facilités pour l'obtention de prêts bancaires auprès des banques publiques, des bonifications de taux d'intérêt sur les prêts bancaires et des exonérations fiscales (par exemple TVA, droits de douanes). L'aide du gouvernement a largement soutenu les entreprises de manière plus générale plutôt que de cibler les entreprises sociales. Si ces programmes ont apporté un soutien financier important aux entrepreneurs, les avis divergent quant à l'efficacité de ce soutien sur le long terme. Les entrepreneurs peuvent bénéficier de ces mesures aux conditions suivantes :

Tableau 3 : Conditions pour bénéficier des mesures d'encouragement publiques

Agence	Population cible	Prêt non rémunéré	Prêt bancaire public	Bonification des taux d'intérêts
ANADE (ex ANSEJ)	Chômeurs âgés de 19 à 35 ans	- 25% du coût du projet lorsque l'investissement ne dépasse pas 2 millions DZD - 20% du coût du projet lorsque l'investissement ne dépasse pas 10 millions DZD	- Jusqu'à 70% du montant global de l'investissement	- 60%, 80% ou 95% selon la zone géographique et le type d'activité
CNAC	Chômeurs âgés de 30 à 50 ans	- 25% du coût du projet lorsque l'investissement ne dépasse pas 5 millions DZD - 20% du coût du projet lorsque l'investissement ne dépasse pas 10 millions DZD - 22% du coût du projet dans des zones géographiques spécifiques (principalement le sud de l'Algérie)	- Jusqu'à 70% du montant global de l'investissement	- 60% pour tous les secteurs d'activité - 80% pour le secteur agricole - 80% pour des zones géographiques spécifiques (principalement le sud de l'Algérie) - 95% pour des projets agricoles dans des zones spécifiques
ANGEM	Tout Algérien de plus de 18 ans qui n'a aucune source de revenu	- 100 000 DZD pour l'achat de matières premières ; 250 000 DZD dans les régions du sud - 29% du coût du projet lorsque l'investissement ne dépasse pas 1 million DZD	- Jusqu'à 70% du montant global de l'investissement	-100%

Avec la mise en place de ces programmes de financements publics, le gouvernement algérien a également créé plusieurs fonds de garantie pour couvrir les risques des banques publiques. Toute personne physique qui bénéficie de ces programmes doit souscrire à l'un des fonds de garantie :

Le Fonds de Garantie Mutuelle des Micro-Crédits (FGMMC) qui garantit les micro-crédits accordés par les banques publiques dans le cadre du dispositif ANGEM.

Le Fonds de Garantie Mutuelle des Micro-Crédits « FGMMC » qui garantit les micro-crédits accordés par les banques publiques dans le cadre du dispositif ANGEM.

Fonds de Caution Mutuelle de Garantie « FCMG » qui garantit les prêts accordés par les banques publiques dans le cadre du dispositif CNAC.

D'autres fonds de garantie ont été créés pour aider les PME à accéder aux prêts bancaires (y compris auprès de banques privées) comme le FGAR et la CGCI.

Il est à noter que l'écosystème de soutien public est également composé d'une agence sociale « Agence de développement social » dont la mission principale est d'entreprendre des actions en faveur des plus pauvres. A ce titre, l'agence ADS peut octroyer des subventions à une organisation publique ou privée pour des projets qui auraient un impact social ou économique positif.

Accompagnement accordé spécialement aux start-ups

En septembre 2020, le ministère des start-ups et de l'économie de la connaissance a créé un label de certification pour les « start-ups », les « projets innovants » et les « incubateurs ».

Le décret exécutif n° 20-254 fixe les conditions pour bénéficier du label start-up pour toute entreprise de droit algérien répondant aux critères suivants :

- La société doit avoir moins de huit ans d'existence ;

- Le modèle d'affaire doit s'appuyer sur des produits, des services, le business model ou tout autre concept innovant.
- Le chiffre d'affaires annuel ne doit pas dépasser le montant fixé par le Comité National ; le montant actuel est fixé à 500 000 000 DZD ; le montant n'est pas fixe et dépend de la fluctuation du dinar Algérien.
- Au moins 50 pour cent du capital social doit être détenu par des personnes physiques, des fonds d'investissement agréés ou d'autres sociétés labellisées start-up ;
- Le potentiel de croissance de l'entreprise doit être suffisamment grand ;
- La société doit avoir moins de 250 employés.

Les start-ups labellisées bénéficient d'un ensemble d'aides fiscales pour une durée de quatre ans, (exonération de la taxe sur l'activité professionnelle, de l'impôt sur le revenu global ou de l'impôt sur les bénéfices des sociétés).

Les start-ups bénéficient également d'une exonération de TVA et de droits de douane réduits (5 pour cent au lieu de 15 pour cent) pour l'acquisition d'équipements au titre de la réalisation de leurs projets d'investissement.

Enfin, un fonds de financement des start-ups de 1,2 milliard de dinars a été créé pour faciliter l'accès au financement. Les start-ups labellisées ont accès à des prêts sans intérêt. Ils ont également la possibilité de recevoir un financement pour la réalisation d'études de faisabilité, de business plan, d'assistances techniques, la création d'un prototype et une formation.

Les incubateurs peuvent également bénéficier du même ensemble de mesures.



Soutien privé

Le soutien privé prend principalement la forme d'une aide au démarrage, telle que l'incubation, le mentorat, la formation et la mise en réseau. Les organisations comme ACSE, IncubMe, The Annex ou Medafco combinent souvent tous ces types de support. ACSE, qui est le Algerian Centre for Social Entrepreneurship, est la seule organisation qui se concentre sur les entreprises sociales. Certaines de ces organisations de soutien sont dédiées à des populations spécifiques comme WomWork de The Annex, qui offre un soutien aux femmes ou l'incubateur de l'ENP, qui est dédié aux étudiants de l'école polytechnique.

Les inégalités géographiques persistent

L'un des points faibles de l'écosystème de soutien algérien est que les organisations sont principalement concentrées dans la capitale et dans les grandes villes (Alger, Oran Annaba). Les autres régions ont un accès limité aux institutions qui peuvent soutenir les entreprises et les entreprises sociales dans la création de leurs entreprises. Nous avons répertorié les principales organisations qui font partie de l'écosystème algérien de l'entrepreneuriat social à la page suivante.

Tableau 4 : Ecosystème des PME



Rôle du secteur de l'éducation dans le développement des entreprises sociales

L'enseignement supérieur offre des cours sur l'entrepreneuriat à certains étudiants

Les établissements d'enseignement supérieur en Algérie accordent souvent une place à l'entrepreneuriat. Les universités publiques et privées proposent des cours sur l'entrepreneuriat dans le cadre de leur programme, principalement aux étudiants en sciences économiques et en gestion. En revanche, les étudiants en sciences exactes, en arts et en sciences humaines ont rarement accès à ces modules.

Dans presque toutes les universités des événements dédiés sont souvent organisés pour exposer les étudiants aux connaissances commerciales et à l'esprit d'entreprise qui prévalent. Par exemple, une récente campagne du Ministère des start-ups intitulée "Un jeune, une idée" a encouragé les jeunes étudiants à croire en leurs capacités et à transformer leurs idées en projets.

Des programmes spécifiques sont disponibles sur les entreprises sociales

En outre, la plupart des universités disposent d'incubateurs locaux appelés "maisons de l'entrepreneuriat". Leur objectif est d'aider les étudiants ayant des idées d'entreprise à concrétiser leurs projets.

Dans certaines universités, l'entreprise sociale fait partie d'un programme diplômant. Par exemple, l'Université Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou propose un programme de Master intitulé "gestion territoriale et ingénierie de projet". Ce programme comprend un enseignement complet de l'économie sociale et se spécialise dans les entreprises sociales et solidaires.

Malgré une attention croissante à l'entrepreneuriat dans l'enseignement supérieur, les entreprises sociales ne font pas encore l'objet d'une grande attention. Dans les établissements qui l'enseigne, le concept ne constitue pas une priorité du programme d'études, et très peu d'universités le proposent comme programme diplômant ou comme spécialité.

Les entretiens menés indiquent que la compréhension et la sensibilisation à l'entreprise sociale au sein de la communauté universitaire est variée.

Ainsi, le secteur de l'éducation joue encore un rôle marginal dans le développement des entreprises sociales en Algérie.

Estimation du nombre d'entreprises sociales en Algérie

En l'absence de statut juridique spécifiquement conçu pour l'entreprise sociale en Algérie, et compte tenu de la contribution du secteur informel à l'économie nationale, il est difficile d'évaluer le nombre exact d'entreprises sociales dans le pays. Lors du Sommet Euromed 2016, le Euro-Mediterranean Network of Social Economy a estimé qu'il y aurait 7 727 entreprises sociales en Algérie, employant 168 000 travailleurs, et comptant environ 1 500 000 membres.

Cette estimation prend en compte différents types d'organisations, notamment :

- les coopératives agricoles : Selon le ministère de l'agriculture, il existe environ 1091 coopératives agricoles officiellement enregistrées en Algérie
- les mutuelles : le ministère du travail, de l'emploi et de la sécurité sociale a recensé 32 mutuelles
- associations : selon le ministère algérien de l'intérieur et des collectivités locales, il existe 1 027 associations nationales, dont 326 sont des entreprises sociales, et 92 627 associations locales, dont 6 205 (6,7 pour cent) pourraient être des entreprises sociales
- autres organisations : y compris les PME et les organisations non enregistrées, sur la base d'observations sur le terrain.

Bien que cette estimation date de 2016, elle nous donne une idée de ce que pourrait être la taille approximative du secteur. Nous pensons que le nombre d'associations et de mutuelles est toujours pertinent. Cependant, le nombre "d'autres organisations", qui comprend les PME et les organisations non enregistrées, pourrait être beaucoup plus élevé que 73. En effet, le nombre de PME à l'échelle nationale est passé de 934 569 PME en 2015 à 1 193 339 en 2019. Nous pourrions nous attendre à ce que cette augmentation de 28 pour cent s'applique également aux organisations sociales. Par ailleurs, il est probable qu'il y ait moins de 1091 coopératives en Algérie aujourd'hui.

Tableau 5 : Estimation du nombre d'entreprises sociales

	Entreprises sociales	Travailleurs	Membres
Coopératives	1091	84 000	286 000
Entreprises mutuelles	32	4000	1 137 267
Associations	6531	79 000	76 219
Autres organisations	73	1 000	514
Total	7 727	168 000	1 500 000

Start-ups et projets innovants qui sont "socialement responsables"

Depuis la création du label start-ups et projets innovants en septembre 2020, le ministère des start-ups et de l'économie de la connaissance a labellisé un total de 142 entreprises et 90 projets. Pour bénéficier de ce label, les start-ups doivent respecter un ensemble de critères, détaillés précédemment. 17 de ces start-ups et 29 projets innovants ont été identifiés comme "socialement responsables" par le ministère. Pour les identifier, le ministère s'est appuyé sur la description de l'orientation sociale et du modèle d'entreprise tels qu'indiqués par les candidats.

Start-ups socialement responsables

Figure 1 : Start-ups labellisées, y compris celles qui sont "socialement responsables".



Les start-up labellisées socialement responsables proviennent de divers secteurs : la plupart d'entre elles sont issues du secteur de l'éducation (41 pour cent d'entre elles), du secteur du tourisme (18 pour cent) et du secteur des technologies vertes (17 pour cent).

Il est estimé que 94 pour cent de ces start-ups sont dirigées par des hommes et seulement six pour cent par des femmes.

Projets innovants socialement responsables

Il y a actuellement 90 projets labellisés comme innovants. Parmi les 61 projets labellisés comme innovants, 29 sont considérés comme des projets ayant un impact social positif.

Figure 2 : Projets labellisés comme innovants, y compris ceux qui sont "socialement responsables"



Les projets innovants socialement responsables sont particulièrement issus du secteur agritech (28 pour cent), du secteur greentech (24 pour cent) et du secteur des énergies renouvelables (17 pour cent). Là encore, le pourcentage de femmes est assez faible, puisqu'elles représentent 14 pour cent des entrepreneurs innovants, alors que 86 pour cent des projets innovants sont menés par des hommes.

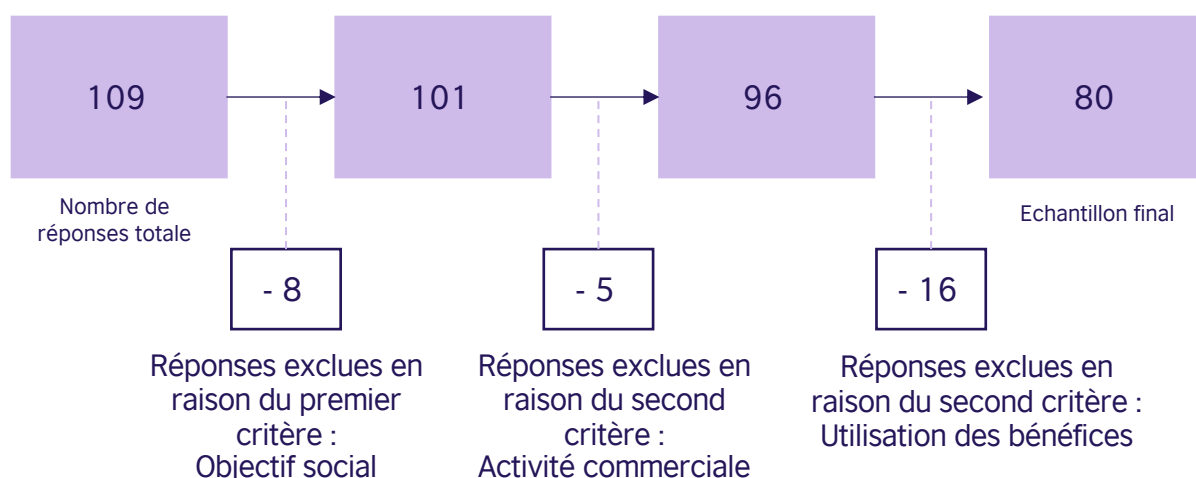
Méthodologie du sondage des entreprises sociales

Pour les besoins de cette étude, nous avons utilisé une combinaison des trois critères suivants pour définir une entreprise sociale :

Tableau 6 : Classification des entreprises sociales

Critères	Question du sondage	Approche
Objectif social	Votre organisation met-elle l'accent sur le profit d'abord, sur l'objectif social d'abord, ou sur les deux conjointement ?	Les organisations qui ont répondu "le profit d'abord" ont été exclues.
Activité commerciale	Quelle proportion de votre revenu total provenait de subventions au cours du dernier exercice financier ?	Les organisations qui ont déclaré que 50 pour cent de leurs revenus provenaient de subventions ont été exclues.
Utilisation des bénéfices	Si votre organisation devait réaliser des bénéfices/excédents, comment envisageriez-vous d'utiliser ces bénéfices/excédents ?	Les organisations qui ont déclaré que 50 pour cent de leurs revenus provenaient de subventions ont été exclues.

Ces critères nous ont permis de filtrer les réponses du sondage, afin de nous concentrer uniquement sur les informations fournies par les organisations que nous avons considérées comme des entreprises sociales aux fins de cette étude :

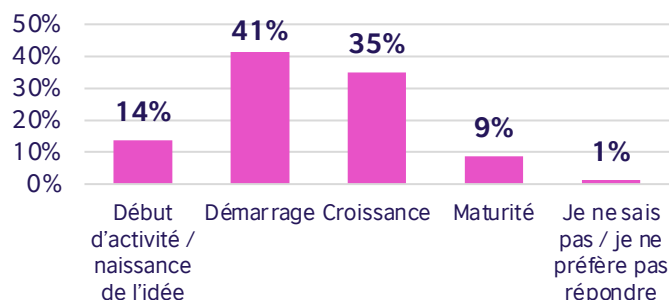


Résultats du sondage des entreprises sociales

ORGANISATION, CARACTÉRISTIQUES, ACTIVITÉS

Les entreprises sociales en Algérie sont principalement en phase de démarrage. Comme le montre la figure 3, les entreprises sociales dans cette phase représentent 41 pour cent des répondants, tandis que 35 pour cent sont en phase de croissance. En outre, 14 pour cent sont en phase de démarrage, tandis que neuf pour cent sont en phase de maturité.

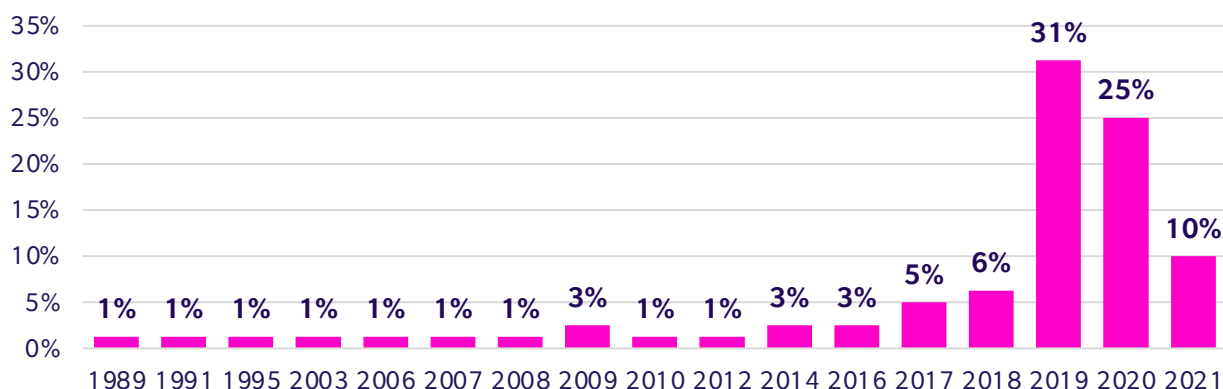
Figure 3. Étape du cycle de vie de l'entrepreneur



Les entreprises sociales en Algérie sont jeunes. La figure 4 montre que la plupart ont été créées au cours des trois dernières années. En effet, 31 pour cent ont été créées en 2019, 25 pour cent en 2020 et dix pour cent en 2021.

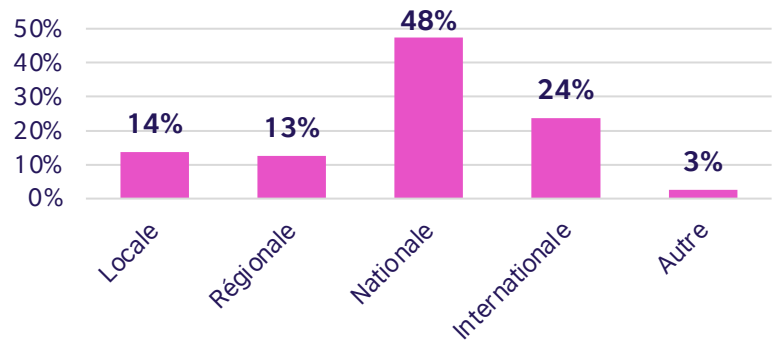
Cette augmentation récente des entreprises sociales s'inscrit dans une tendance mondiale en termes d'entreprises sociales et plus largement dans une tendance nationale en termes de création d'entreprises. En effet, au cours de l'année 2019, le nombre d'immatriculations d'entreprises enregistrées par le Centre national de Registre du Commerce a augmenté de 47 pour cent avec 392 076 immatriculations en 2018 et 577 373 immatriculations en 2019.

Figure 4. Âge des entreprises sociales



Les entreprises sociales algériennes opèrent souvent à l'échelle régionale. Quelques 48 pour cent d'entre elles déclarent opérer à une échelle régionale, tandis que 24 pour cent ont une portée internationale. Respectivement, 14 et 13 pour cent des répondants ont déclaré qu'ils opèrent à l'échelle locale et nationale.

Figure 5. Portée géographique des entreprises sociales sondées

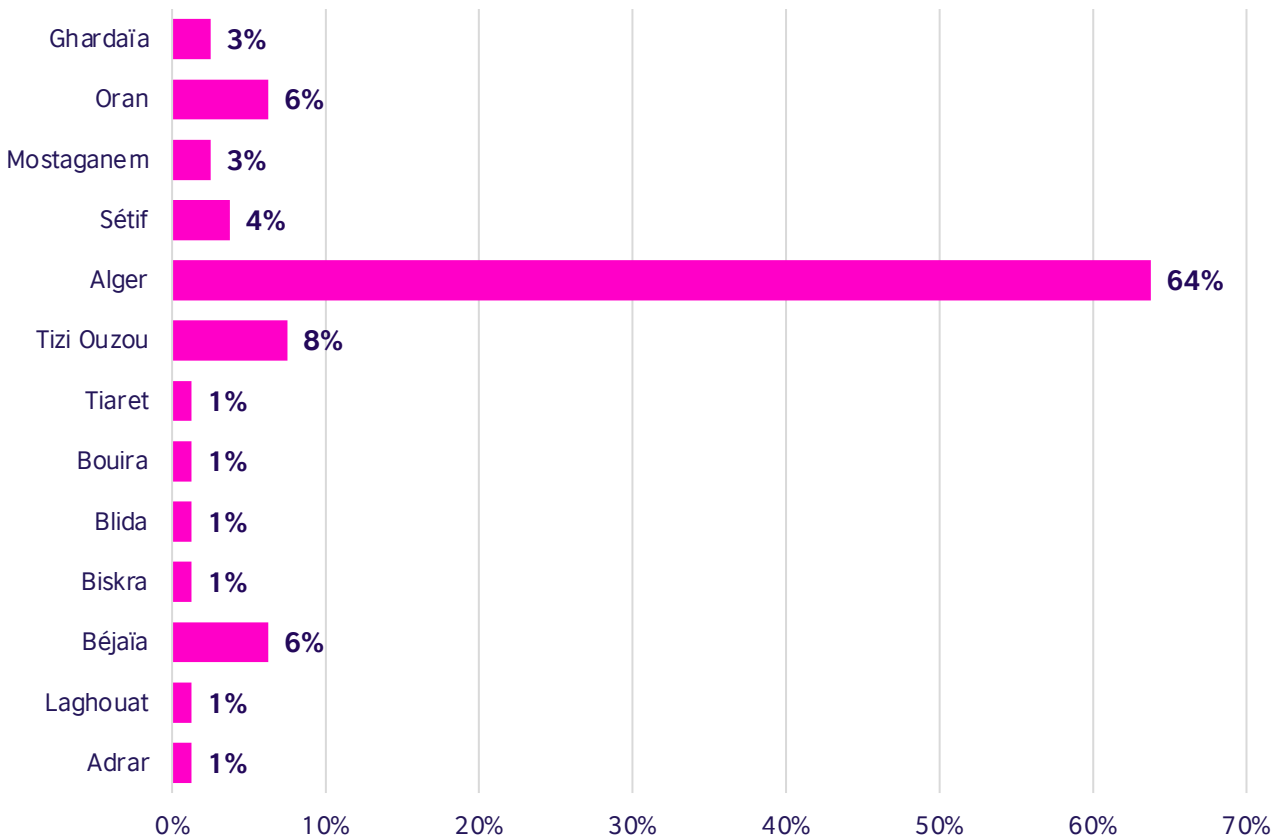


La majorité des entreprises sociales algériennes (64 pour cent) ont leur siège dans la capitale Alger, la ville la plus peuplée du pays.

Viennent ensuite la région kabyle représentée par la wilaya de Tizi Ouzou (huit pour cent) et celle de Béjaïa (six pour cent). Dans la partie ouest du pays, Oran abrite six pour cent des entreprises sociales interrogées, tandis que Mostaganem en compte trois pour cent.

Enfin, les répondants du sud du pays représentent six pour cent des entreprises sociales interrogées, dont trois pour cent à Ghardaïa, et un pour cent chacune à Biskra, Laghouat et Adrar.

Figure 6. Localisation du siège social des organisations



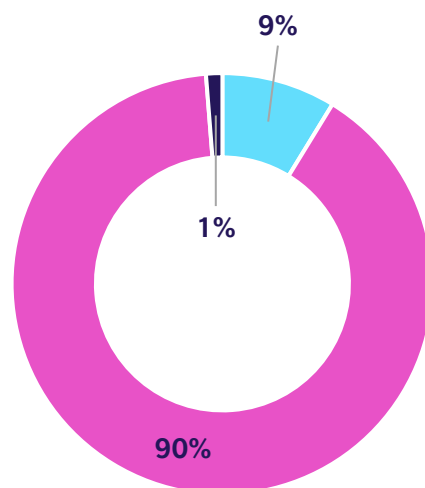
La grande majorité des entreprises sociales algériennes ne sont pas filiales d'autres organisations. (90 pour cent). Neuf pour cent le sont et un pour cent des répondants n'ont pas répondu.

Figure 7. Entreprises sociales qui sont des filiales d'autres organisations

Les entreprises sociales algériennes sont souvent des entreprises individuelles, des entités non enregistrées ou des sociétés à responsabilité limitée. La figure 8 montre la répartition des entreprises sociales par structure juridique. 21 pour cent des entreprises sociales sont des entreprises individuelles et 20 pour cent sont des entreprises non enregistrées. Les sociétés à responsabilité limitée représentent 19 pour cent. Les associations et les entreprises individuelles à responsabilité limitée représentent respectivement 14 et 13 pour cent des entreprises sociales.

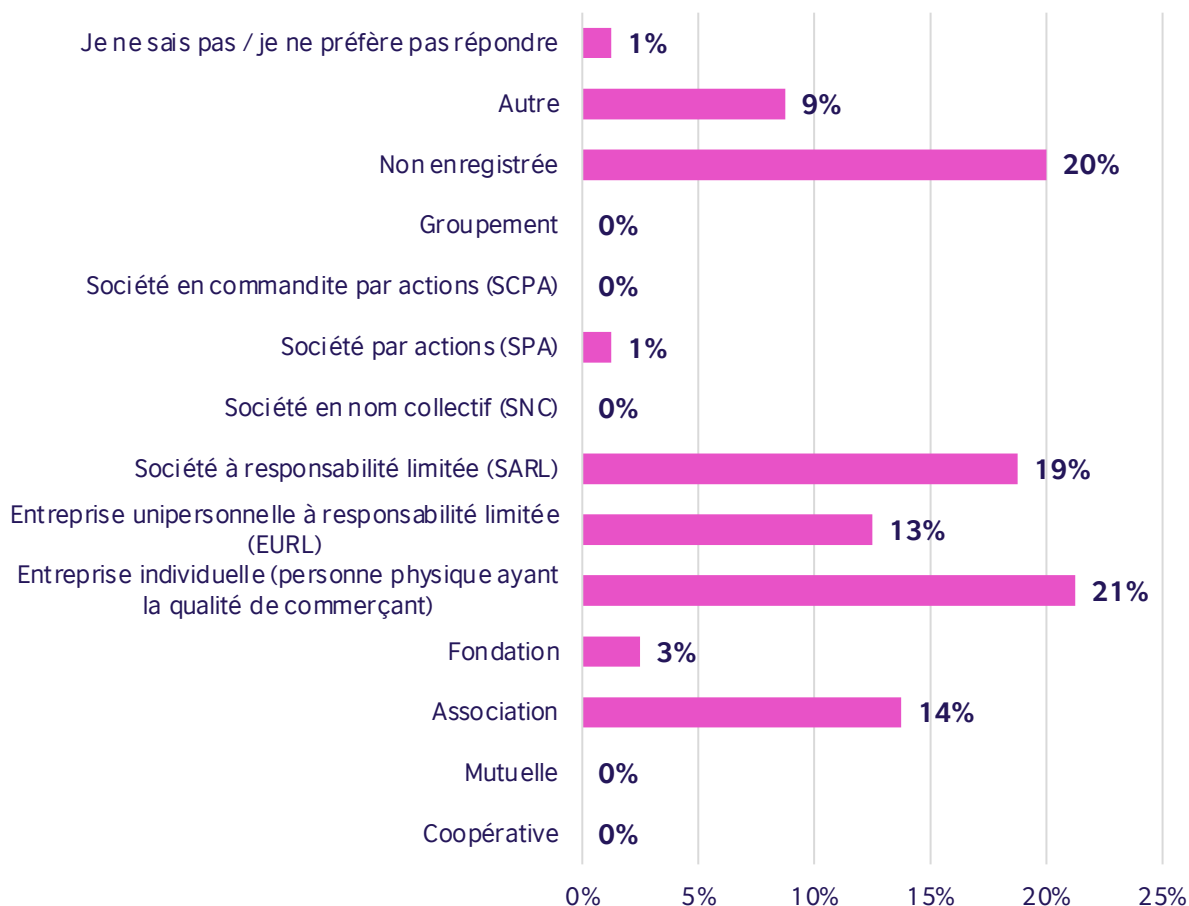
Neuf pour cent des entreprises sociales adoptent le statut d'artisan, elles apparaissent comme "autres" dans le tableau.

Nous n'avons reçu aucune réponse de la part des coopératives et des mutuelles, bien que nous les ayons sollicitées.



- Oui
- Non
- Je ne sais pas / je ne préfère pas répondre

Figure 8. Formes juridiques des organisations



Les entreprises sociales algériennes opèrent dans divers secteurs de l'économie. Comme le montre la figure 9, 20 pour cent d'entre elles opèrent dans le secteur des arts et de l'artisanat, tandis que dix autres opèrent dans le secteur des services de développement des entreprises et de soutien à l'entrepreneuriat. La culture et les loisirs, l'alimentation et la nutrition, l'énergie, les technologies propres et l'environnement représentent chacun 8 pour cent des répondants. Une proportion significative opère dans d'autres secteurs que nous avons détaillé dans le tableau 7.

Figure 9. Principaux secteurs dans lesquels les organisations opèrent

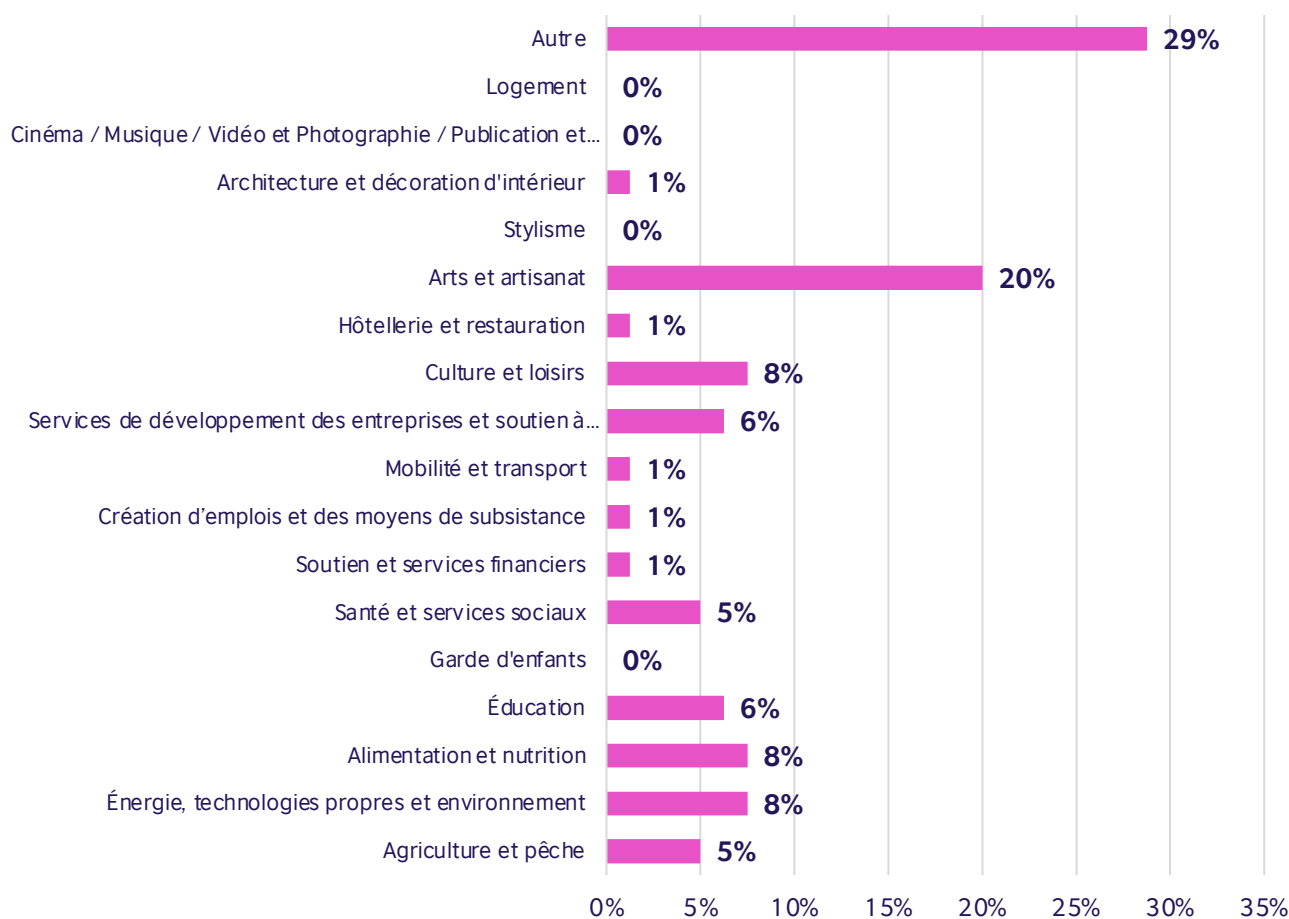


Tableau 7. Autres secteurs dans lesquels opèrent les répondants

Art et culture	Environnement et éducation
Art et design	Santé et technologie
Art, culture et tourisme	Healthcare and well-being
Business	Hygiène et bien être
Création d'entreprise et soutien aux PME et start-ups	Cosmétiques naturelles
Culture et social	Nouvelles technologies et start-ups
Bureau d'étude	People aux besoins spéciaux
Industries divers (agro-alimentaire, mécaniques, énergie renouvelable)	Tourisme
Secteurs divers	Tourisme, communication et événementiel
Ecommerce	Patrimoine urbain et architectural
Ecotourisme et ferme écologique	Jeunesse, développement durable et citoyenneté active
Ecotourisme et patrimoine	

OBJECTIFS COMMUNAUTAIRES, SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

L'entreprise sociale est un terme familier pour beaucoup de nos répondants, mais il n'est pas encore répandu, même parmi les organisations que nous pourrions considérer comme des entreprises sociales. La majorité (65 pour cent) est familière avec le concept d'entreprise sociale, mais 35 pour cent ne savent pas ce qu'est une entreprise sociale.

D'après nos répondants le principal critère de définition d'une entreprise sociale est un bénéfice communautaire/social/environnemental défini, pour 68 pour cent d'entre eux. De plus, 19 pour cent pensent qu'une entreprise sociale doit être contrôlée démocratiquement/avoir une gouvernance participative, tandis que 16 pour cent pensent qu'une entreprise sociale doit être formellement constituée. Seuls dix pour cent pensent qu'une entreprise sociale doit avoir des règles sur les restrictions de la distribution des bénéfices. Seulement cinq pour cent des personnes interrogées ont déclaré qu'une entreprise sociale doit être indépendante de l'Etat et seulement un pour cent pense qu'une entreprise sociale doit vendre des biens et des services.

Ces résultats sont différents des principaux concepts définis par les entreprises sociales lors des entretiens individuels et des focus groups. Nous avons choisi de conserver les trois critères d'inclusion tels que définis lors des entretiens individuels et des groupes de discussion car nous avons pu explorer ces concepts de manière approfondie. Les participants aux focus groups et aux entretiens individuels ont souligné que le fait de gagner de l'argent en tant qu'entreprise sociale est parfois perçu comme tabou et qu'il s'agit donc d'une information que les répondants préfèrent ne pas divulguer.

Figure 10. Pourcentage de répondants s'identifiant comme entreprise sociale

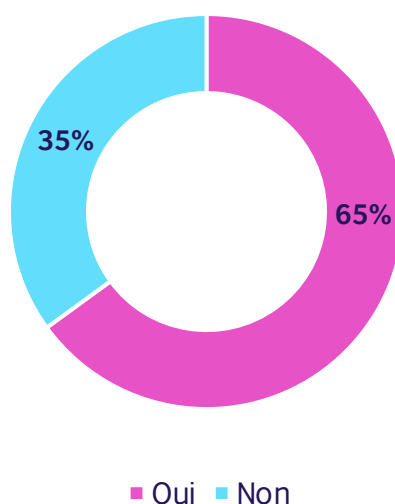
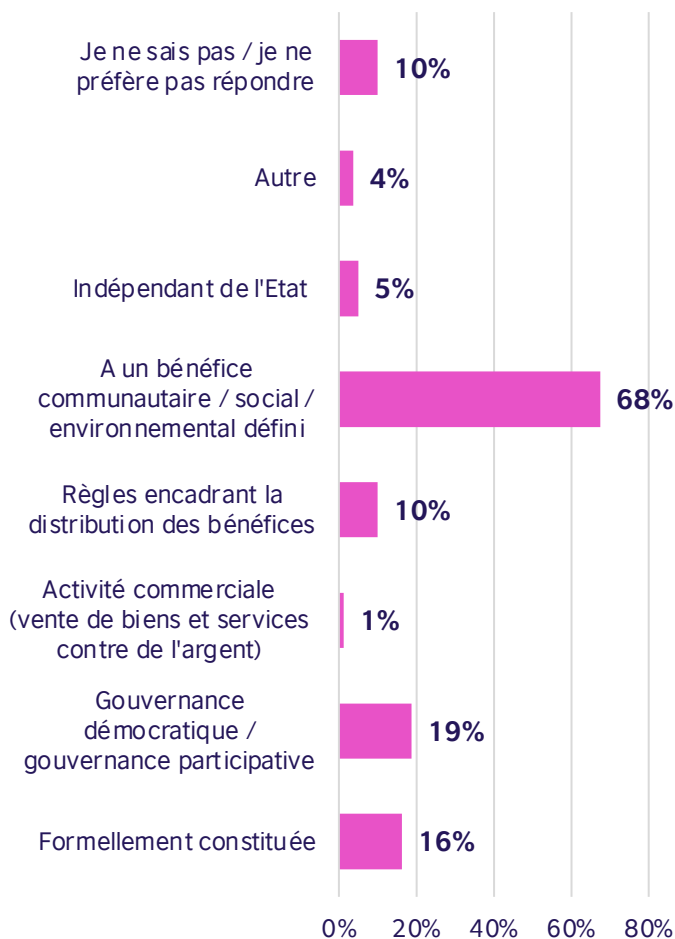


Figure 11. Principaux critères qui définissent les entreprises sociales en Algérie



Nous avons demandé aux personnes interrogées si elles pensaient que leurs organisations répondaient aux critères qui définissent une entreprise sociale et 81 pour cent d'entre elles ont répondu par oui, tandis que dix pour cent ont répondu que non et neuf pour cent ont préféré ne pas répondre.

ORGANISATIONS QUI SAVENT CE QU'EST UNE ENTREPRISE SOCIALE

Les entreprises sociales en Algérie contribuent souvent à la création d'emplois.

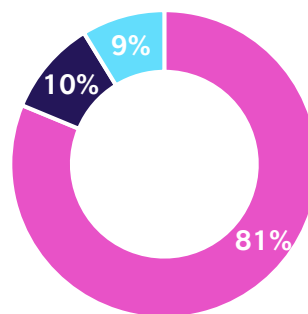
Nous avons demandé aux répondants quels étaient leurs objectifs généraux et les avons laissés choisir plusieurs réponses. Comme le montre la figure 12, 44 pour cent d'entre elles souhaitent créer des opportunités d'emploi plus inclusives, 41 pour cent d'entre elles travaillent à la préservation du patrimoine culturel et à l'amélioration de l'accès à des services/produits de qualité. De plus, 39 pour cent soutiennent d'autres entreprises/organisations sociales, 28 pour cent travaillent à améliorer la santé et le bien-être, 25 pour cent visent à aider une communauté particulière, 23 pour cent travaillent à créer des villes durables et 23 pour cent combattent l'exclusion financière.

11 pour cent des répondants ont déclaré avoir d'autres objectifs. Nous les avons détaillés dans le tableau 8.

Tableau 8. Autres objectifs cités par les répondants

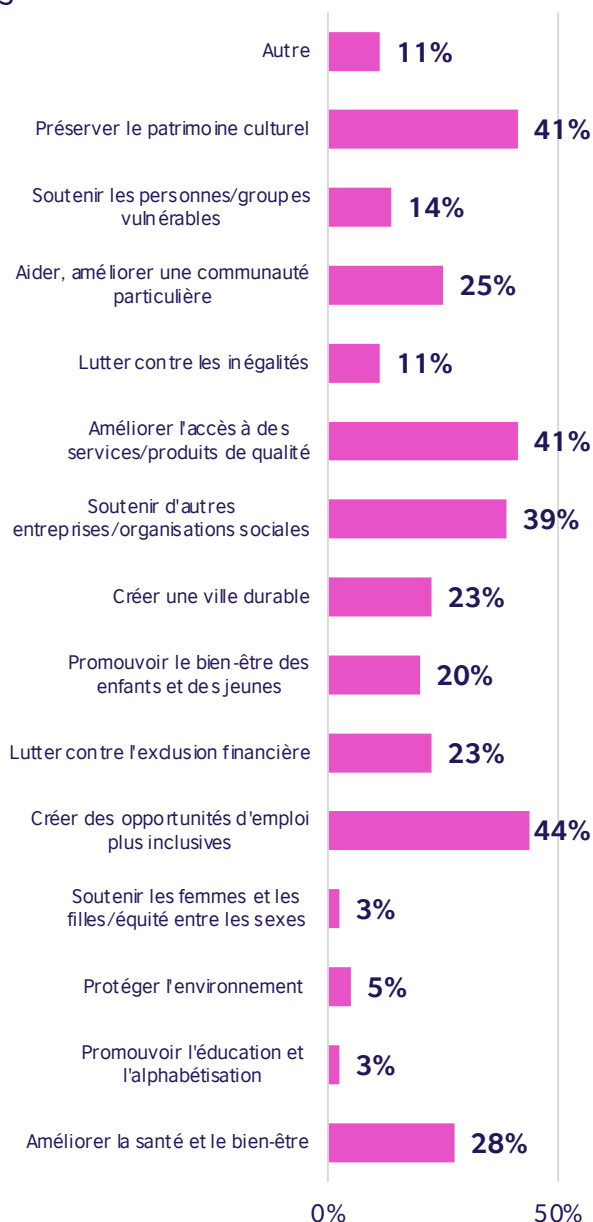
Développer le pays et créer des emplois
Aider les entreprises dans leur création et leur développement
Améliorer l'inclusion des enfants à besoins spécifiques
Populariser l'art et la culture et améliorer l'accès à la culture en Algérie
Atteindre les objectifs de développement durable et de tourisme durable
Réduire les inégalités nord-sud
Soutien aux jeunes producteurs et artisans et aide à leur développement
Soutenir les jeunes producteurs et artisans et accompagner leur développement

Figure 12. Organisations qui pensent répondre aux critères de l'entreprise sociale



- Oui
- Non
- Je ne sais pas / je ne préfère pas répondre

Figure 13. Principaux objectifs des organisations



BÉNÉFICIAIRES

Nous avons demandé aux répondants le nombre de personnes qu'ils ont aidées au cours des 12 derniers mois. Alors que le minimum était de zéro, le maximum était de 17 000 personnes. La médiane était de 30 personnes.

Figure 14. Nombre de personnes aidées par les répondants au total au cours des 12 derniers mois



Les entreprises sociales algériennes œuvrent à l'amélioration de la vie de toutes les franges de la société.

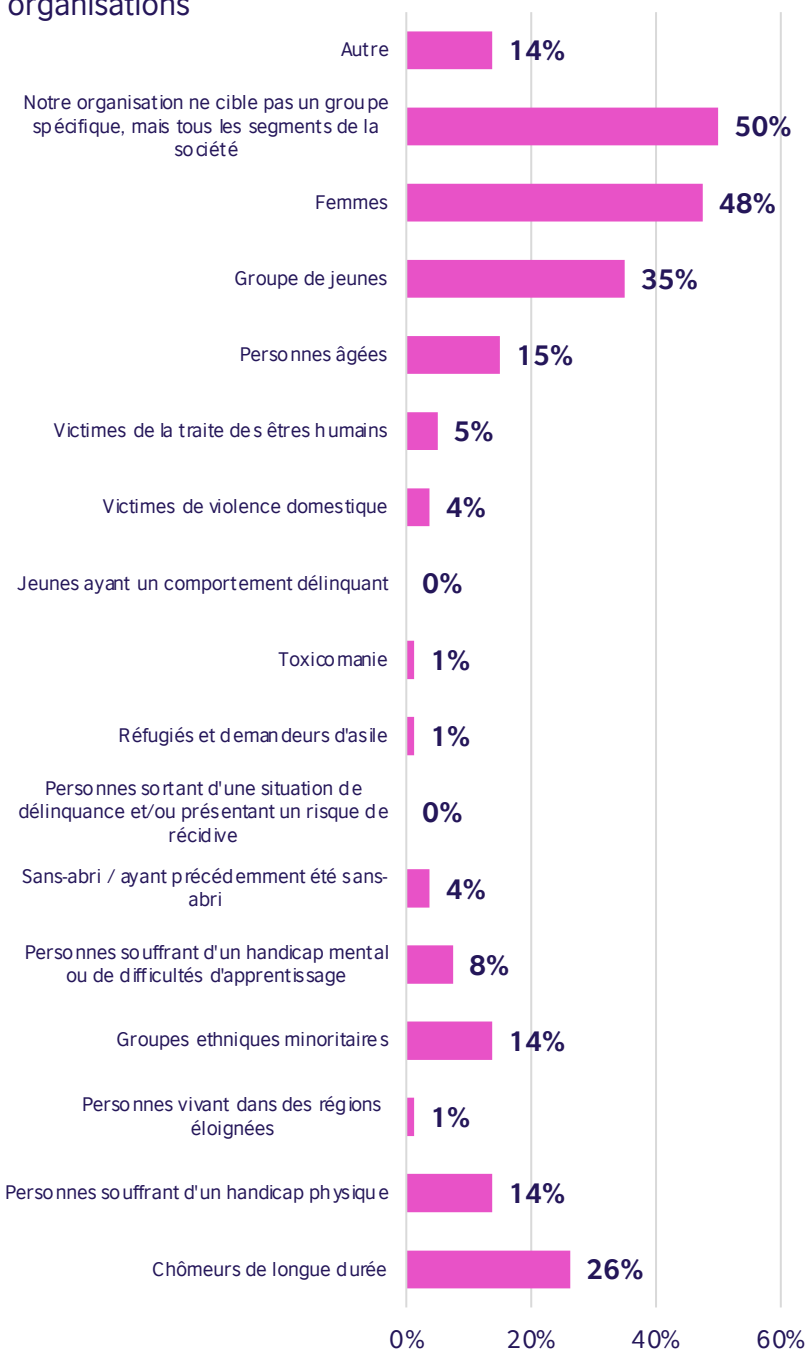
Comme le montre la figure 13, 48 pour cent ciblent les femmes, 35 pour cent les jeunes et 26 pour cent les chômeurs de longue durée.

Les autres groupes bénéficiaires incluent les femmes au foyer, les étudiants et les personnes sourdes, comme le montre le tableau 9.

Table 9. Autres groupes qui bénéficient des activités des organisations

Enfants
Artisans
Sourds et malentendants
Etudiantes
Femmes aux foyer et familles à faibles revenus
Personnes dans le besoin et malades
Etudiants
Jeunes issus de milieux sociaux difficiles

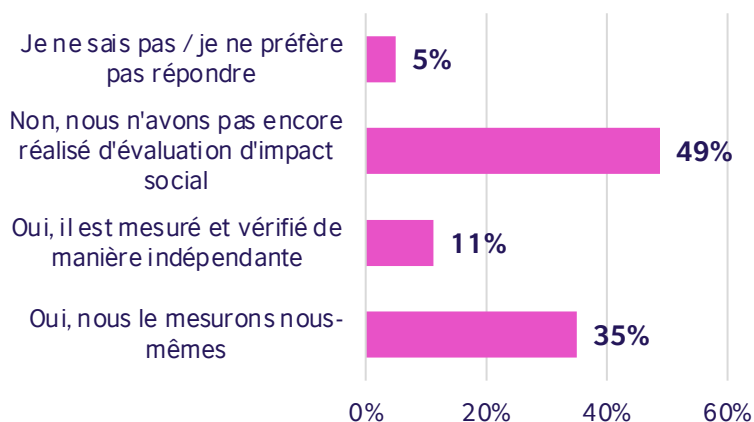
Figure 15. Groupes qui bénéficient des activités des organisations



MESURER L'IMPACT SOCIAL

De nombreuses entreprises sociales en Algérie ne mesurent pas leur impact. Comme le montre la figure 14, près de la moitié d'entre elles ne mesurent pas leur impact social, tandis que 46 pour cent le font, dont 35 pour cent qui le mesurent elles-mêmes, tandis que 11 pour cent travaillent avec une entité indépendante en charge de mesurer leur impact social.

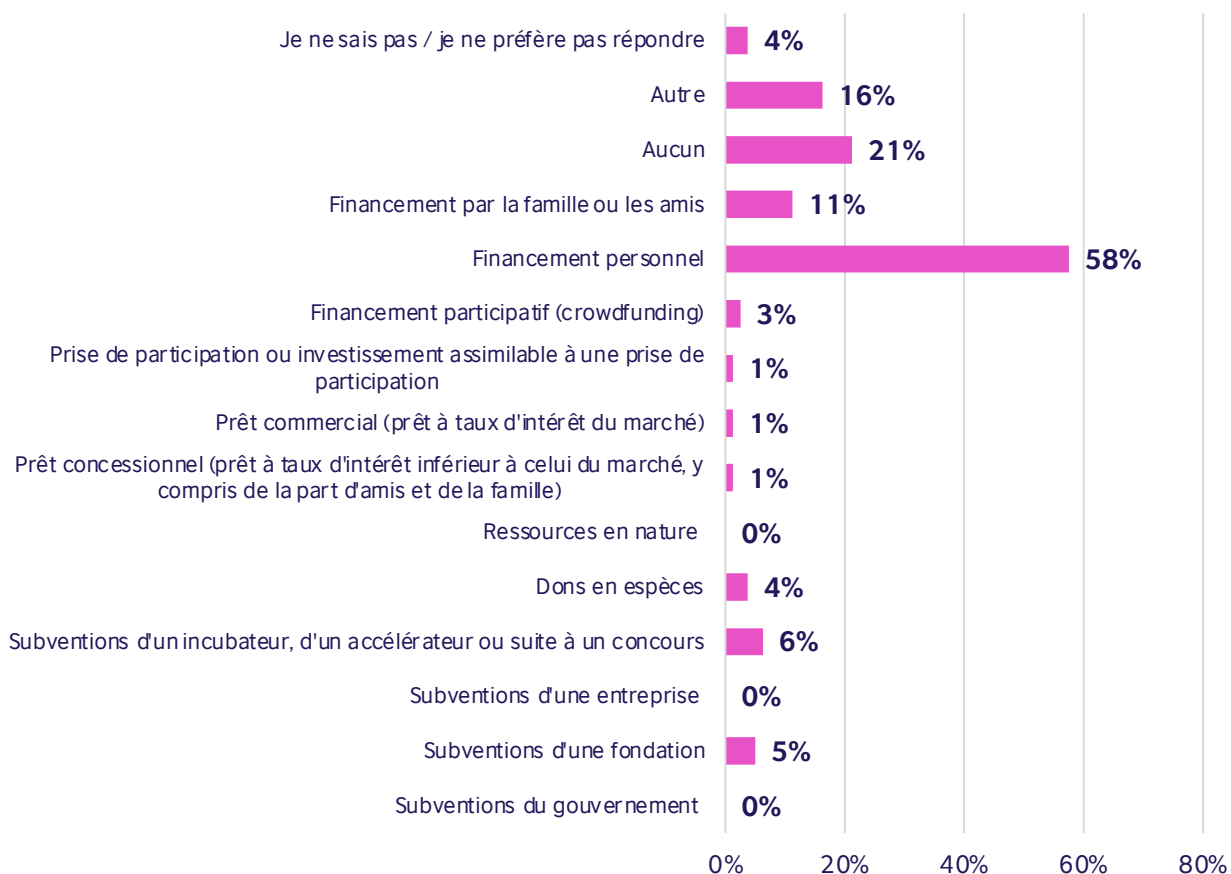
Figure 15. Organisations qui mesurent leur impact social et environnemental



SOURCES DE FINANCEMENT

En Algérie, la majorité des entreprises sociales utilisent le financement personnel pour soutenir leur travail. Comme le montre la figure 16, 58 pour cent d'entre elles ont recours au financement personnel, tandis que 11 pour cent reçoivent de l'argent de la part de la famille et des amis et 21 pour cent n'ont reçu aucun type de financement. Seul un petit pourcentage des organisations a accès à des dons en espèces (quatre pour cent) et à des subventions provenant d'incubateurs, d'accélérateurs ou de concours (six pour cent) ou de fondations (cinq pour cent). Quelques 16 pour cent font appel à d'autres types de financement, notamment les « cotisations des membres », « l'autofinancement par l'activité de l'association » ou « l'ANSEJ /l'ANADE » (une agence de financement publique).

Figure 17. Type de financement reçu par les organisations



La figure 17 montre que la plupart des entreprises sociales algériennes ne reçoivent aucune subvention. Seuls cinq pour cent des répondants ont bénéficié de subventions représentant jusqu'à 25 pour cent de leur revenu total au cours du dernier exercice financier, tandis que seulement trois pour cent ont reçu des subventions représentant 26 à 50 pour cent de leur revenu total au cours du dernier exercice financier.

DONNÉES ÉCONOMIQUES

En Algérie, de nombreuses entreprises sociales sont de petites entreprises, avec 31 pour cent réalisant un chiffre d'affaires annuel inférieur à un million DZD. La figure 18 montre que dix pour cent perçoivent entre un et cinq millions de DZD. Une plus petite partie des répondants (cinq pour cent) ont un chiffre d'affaires compris entre 50 et 100 millions de DZD et seulement trois pour cent gagnent soit entre cinq et dix millions de DZD, entre dix et 50 millions de DZD ou plus de 100 millions de DZD. Il convient de noter que près de la moitié des répondants n'ont pas souhaité indiquer leur chiffre d'affaires annuel.

Près de la moitié des entreprises sociales en Algérie n'ont pas atteint le seuil de rentabilité. Près de 24 pour cent ont atteint le seuil de rentabilité entre un et trois ans après leur création ; quatre pour cent entre trois et cinq ans, trois pour cent entre trois et sept ans et un pour cent a mis plus de sept ans pour atteindre le seuil de rentabilité.

Figure 18. Pourcentage du revenu total provenant de subventions

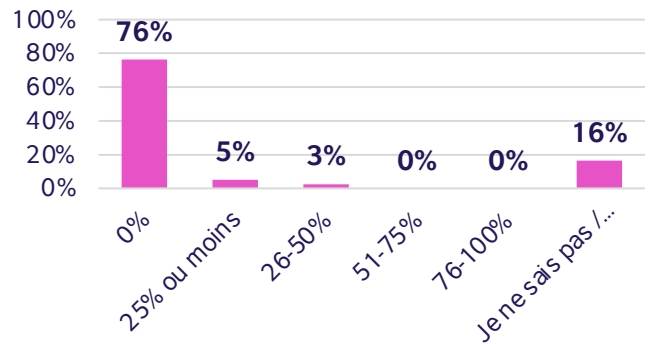


Figure 19. Chiffre d'affaires annuel des organisations des répondants

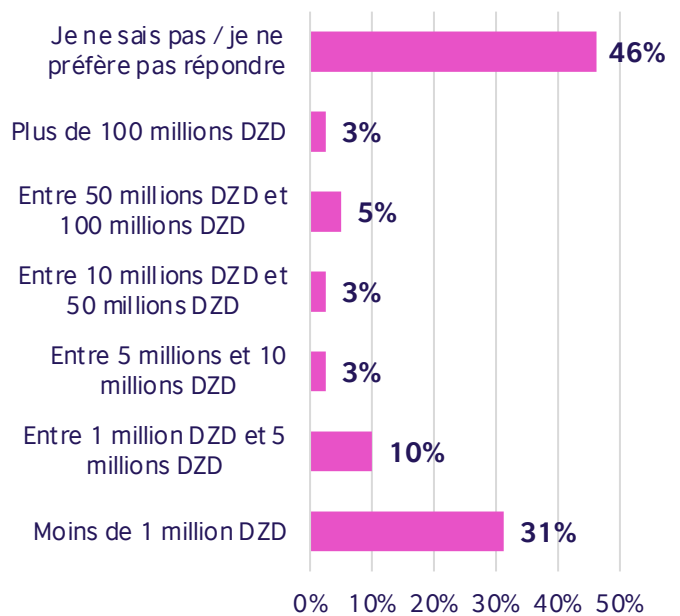
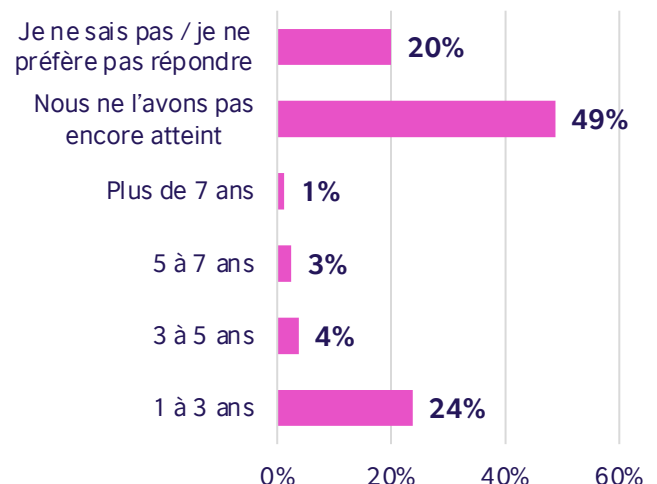


Figure 20. Nombre d'années pour atteindre le seuil de rentabilité



Seules quelques entreprises sociales en Algérie parviennent à réaliser des bénéfices ou des excédents, tandis que d'autres parviennent à l'équilibre financier et d'autres encore subissent des pertes, comme toute entreprise. Comme l'indique la figure 21, 23 pour cent des entreprises interrogées ont réalisé un bénéfice ou un excédent, tandis que 31 pour cent d'entre elles n'en ont pas réalisé et que 6 pour cent ont atteint l'équilibre financier. Enfin, 40 pour cent des organisations interrogées n'ont pas souhaité répondre à la question.

UTILISATION DES BÉNÉFICES ET DES EXCÉDENTS

Les entreprises sociales algériennes utilisent principalement leurs bénéfices ou excédents pour accroître et développer leur impact social. Comme l'indique le graphique 21, 66 pour cent d'entre elles déclarent l'utiliser pour accroître et étendre l'impact social de l'organisation et 40 pour cent affirment qu'elles financent des activités sociales/environnementales d'organismes tiers. 36 pour cent récompensent leur personnel, 24 pour cent constituent des réserves et 13 pour cent récompensent les bénéficiaires ou la communauté. 13 pour cent utilisent les bénéfices ou les excédents d'une autre manière, notamment en « réinvestissant l'argent dans l'entreprise », en « utilisant comme fonds de roulement », en « achetant des équipements » ou en « finançant le projet de l'association ».

Figure 21 : Pourcentage d'organisations ayant réalisé un bénéfice ou surplus au cours de l'année dernière

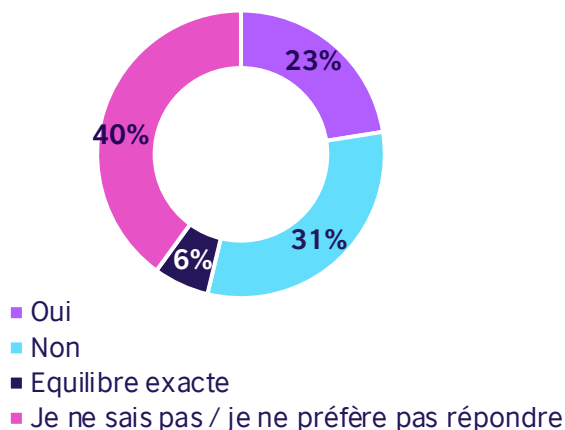
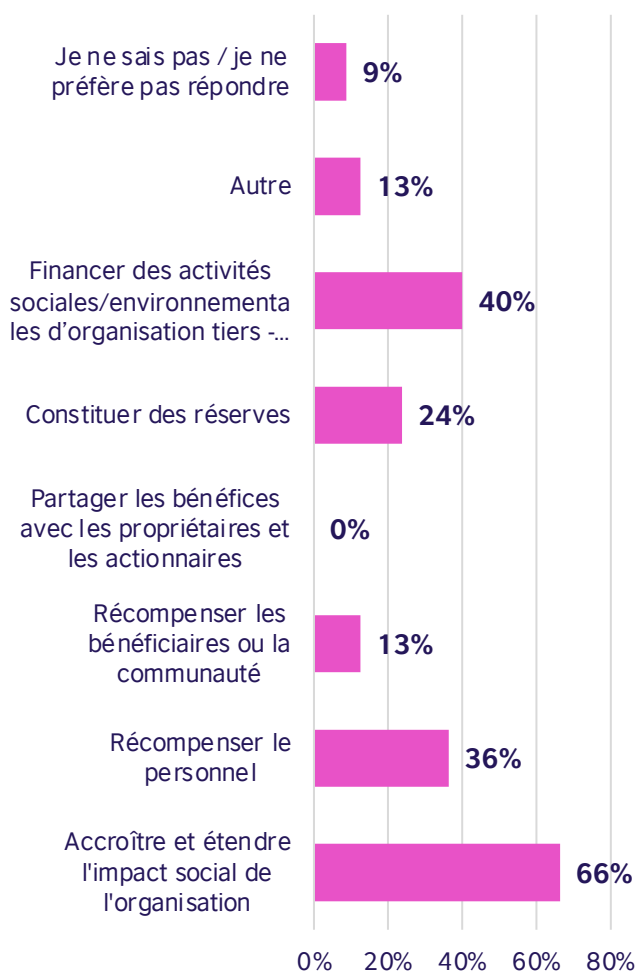


Figure 22 : Utilisation des bénéfices/surplus



LEADERSHIP

Les dirigeants d'entreprises sociales en Algérie ont un niveau d'éducation relativement élevé. Près de 90 pour cent d'entre eux un diplôme d'étude supérieure. Comme l'indique la figure 19, 61 pour cent ont au moins un niveau master, tandis que 28 pour cent ont un niveau licence. Six pour cent d'entre eux ont un niveau bac.

PROFILS DES DIRIGEANTS D'ENTREPRISES SOCIALES

Les entreprises sociales en Algérie sont dirigées par des hommes et des femmes, le pourcentage d'hommes et de femmes à la tête d'entreprises sociales étant tous deux de 49 pour cent.

Ce pourcentage de femmes dirigeantes est beaucoup plus élevé que dans d'autres types d'entreprises Algériennes, puisqu'en 2019, seulement 7,9 pour cent des entrepreneurs individuels étaient des femmes alors que 92,1 pour cent étaient des hommes. De même, 93,7 pour cent des dirigeants d'entreprises immatriculées étaient des hommes tandis que 6,3 pour cent étaient des femmes, selon le Centre National de Registre du Commerce.

La plupart des dirigeants d'entreprises sociales ne sont pas issus d'un groupe vulnérable (86 pour cent) mais neuf pour cent le sont. Parmi eux, 2,5 pour cent sont des femmes et 2,5 pour cent sont des personnes ayant des difficultés économiques.

Figure 23. Niveau d'éducation des dirigeants des organisations

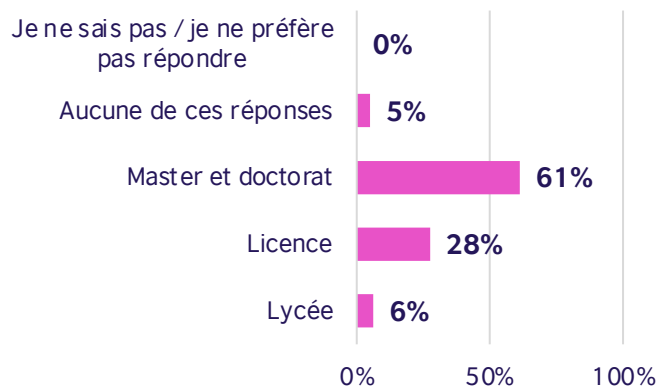


Figure 24. Genre des dirigeants des organisations

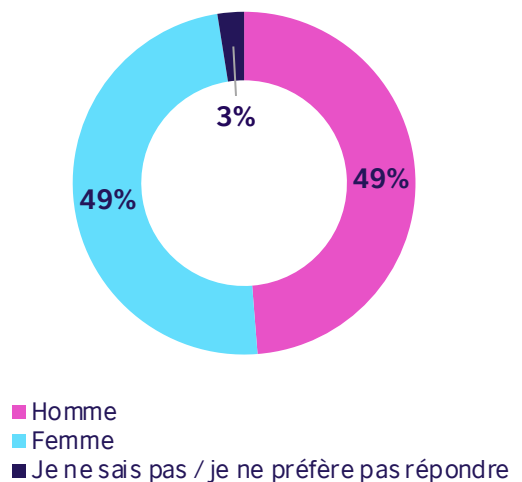
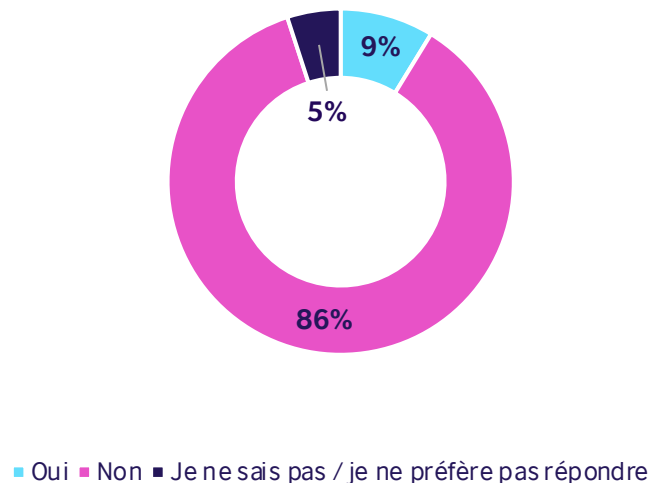


Figure 25. Pourcentage de dirigeants des organisations faisant partie d'un groupe vulnérable



La plupart des dirigeants d'entreprises sociales en Algérie ont entre 25 et 45 ans (73 pour cent). Et 16 pour cent ont entre 45 et 64 ans.

Cette répartition par âge est similaire à la répartition par âge de la population générale, puisque 64 pour cent de la population algérienne a plus de 18 ans, avec 9 pour cent de la population âgée de 18 à 24 ans, 32 pour cent de la population âgée de 25 à 44 ans, 17 pour cent de la population âgée de 45 à 64 ans et 6 pour cent de la population âgée de plus de 65 ans.

En Algérie, les entreprises sociales n'ont généralement pas de conseil d'administration. En effet, comme le montre la Figure 26, 64 pour cent n'ont pas de conseil d'administration, tandis que 34 pour cent en ont un. La Figure 27 montre le type de conseil de gestion, avec 55 pour cent ayant un conseil d'administration, 40 pour cent un conseil consultatif et cinq pour cent d'autres types de conseil de gestion.

Figure 26. Tranches d'âges des dirigeants des organisations

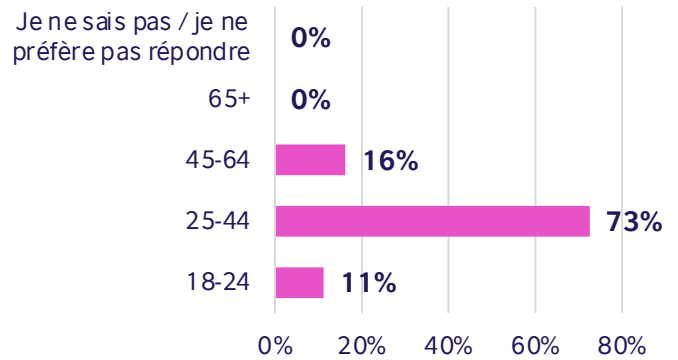


Figure 27. Pourcentage d'organisations ayant un conseil de gestion

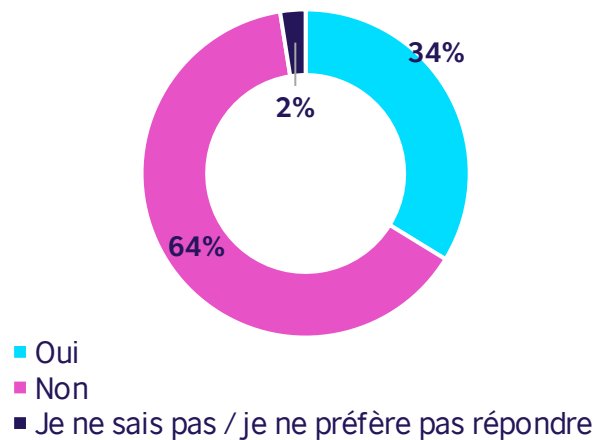
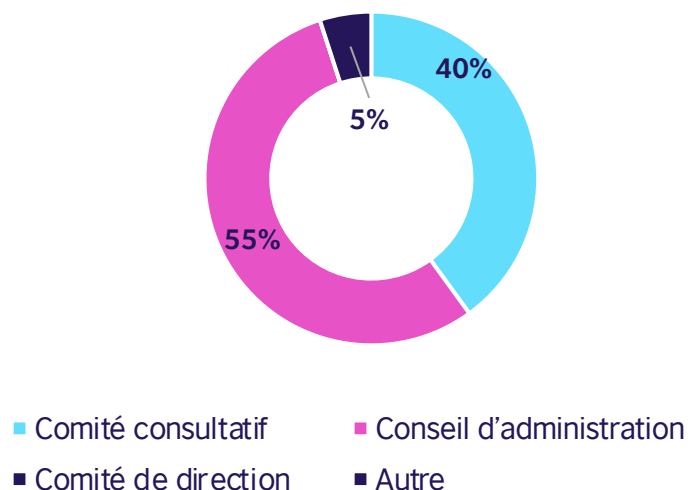


Figure 28. Type de conseil de gestion



PERSONNEL

En Algérie, un employé à temps plein travaille au moins 40 heures par semaine, tandis qu'un employé à temps partiel travaille entre 20 et 39 heures par semaine. Nous avons demandé aux organisations d'indiquer le nombre de leurs employés à temps plein (Figure 28) ainsi que le nombre de leurs employés à temps partiel (Figure 29). Cela nous a fourni une indication sur la taille de la population active des entreprises sociales. Nous avons constaté que :

- 86 pour cent des entreprises sociales ont moins de 10 employés, ce qui est considéré en Algérie comme de très petites entreprises. Cependant, cette proportion est inférieure au reste des entreprises Algériennes, puisque 97 pour cent de l'ensemble des PME sont des très petites entreprises ;
- dix pour cent sont des petites entreprises de 10 à 49 employés, alors que dans la population générale des PME, les petites entreprises représentent 2,6 pour cent du total ;
- quatre pour cent des entreprises sociales sont des entreprises moyennes qui comptent entre 50 et 249 employés. Quatre pour cent des entreprises sociales sont des entreprises moyennes qui comptent entre 50 et 249 employés, ce qui est beaucoup plus élevé que dans la population générale des PME, où les entreprises moyennes représentent 0,4 pour cent du total ;
- plus de la moitié des entreprises sociales n'ont pas d'employés à temps plein et un tiers n'ont pas d'employés à temps partiel.

Nous avons également étudié la répartition des employés à temps plein et à temps partiel au sein des entreprises sociales. Nous constatons que 68 pour cent des employés travaillent à temps plein, tandis que 32 pour cent travaillent à temps partiel. A titre de comparaison, dans les autres types d'entreprises, 82 pour cent des employés travaillent à temps plein tandis que 18 pour cent travaillent à temps partiel. Le travail à temps partiel est donc plus fréquent dans les entreprises sociales.

Figure 29. Nombre d'employés à temps plein

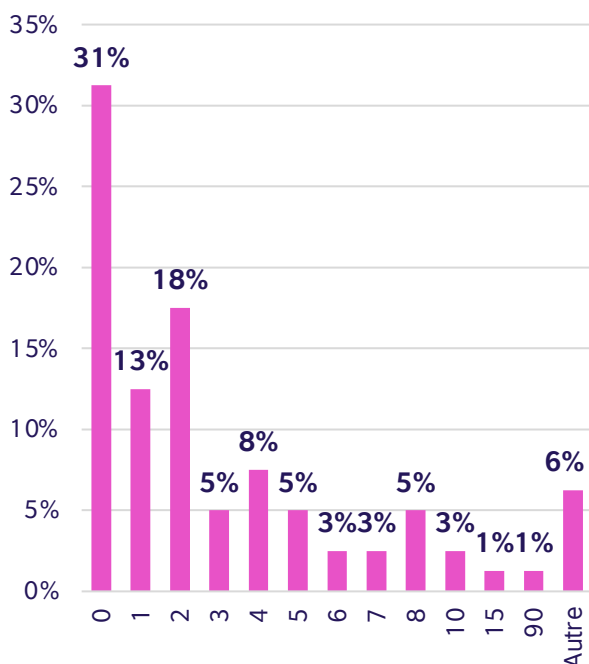
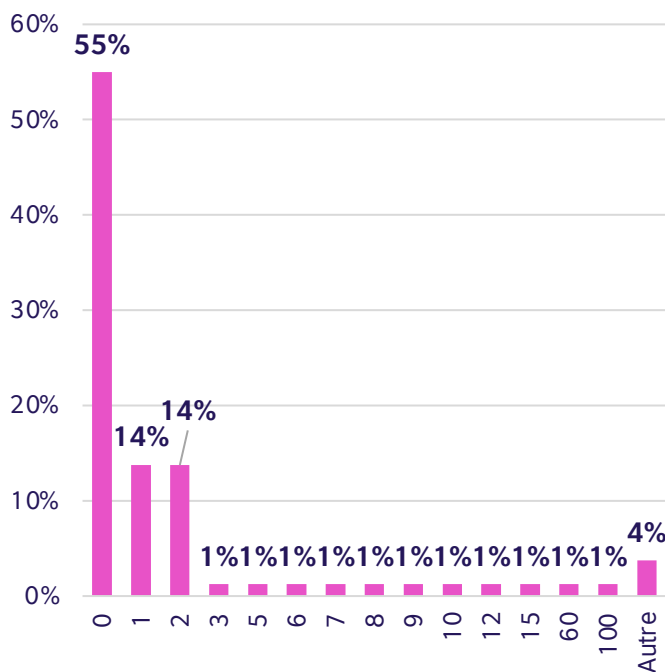


Figure 30. Nombre d'employés à temps partiel



CARACTÉRISTIQUES DE L'EFFECTIF

Les femmes représentent la majorité des employés des entreprises sociales en Algérie. Plus précisément, 31 pour cent des entreprises sociales emploient plus de 75 pour cent de femmes, 19 pour cent en compte entre zéro et 25 pour cent et 18 pour cent en emploi entre 51 et 75 pour cent.

Là encore, la proportion de femmes dans les entreprises sociales est plus élevée que dans la population générale des entreprises. A titre de comparaison, 20,4 pour cent de la population active algérienne sont des femmes.

Le graphique 31 montre le pourcentage d'entreprises sociales qui ont des bénévoles. Alors que 52 pour cent d'entre elles n'ont pas de bénévoles, 45 pour cent en ont.

Figure 31. Part de femmes dans l'effectif

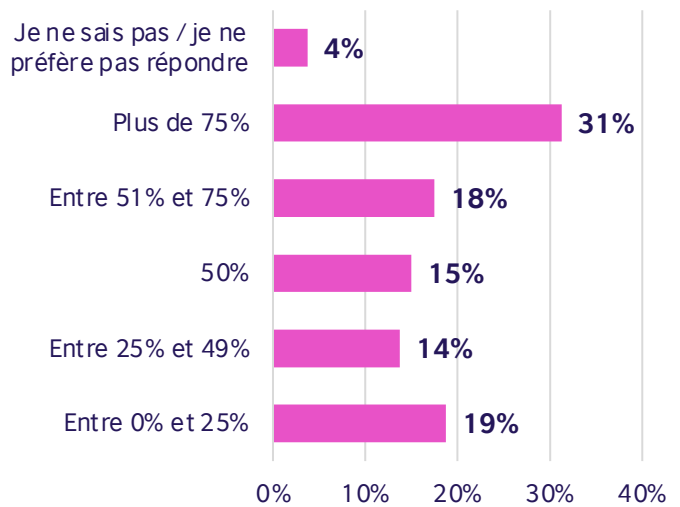
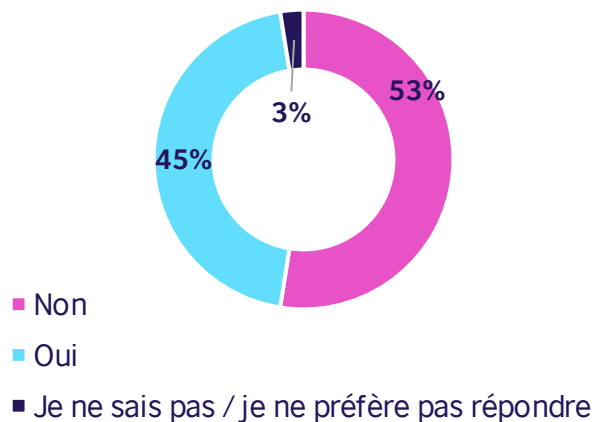


Figure 32. Pourcentage d'organisations ayant des bénévoles



SERVICES DE L'ÉCOSYSTÈME DE SOUTIEN

Les entreprises sociales algériennes déclarent que l'écosystème des services de soutien est naissant et a besoin d'un soutien supplémentaire pour se développer.

Comme le montre la Figure 33, 34 pour cent des répondants ont décrit l'écosystème de soutien comme étant « naissant et nécessitant un soutien supplémentaire pour se développer », tandis que 23 pour cent d'entre eux l'ont décrit comme étant « naissant avec une faible portée » et 24 pour cent l'ont décrit comme « non disponible ». Seuls six pour cent des répondants pensent que l'écosystème de soutien est prêt mais qu'il doit étendre ses services.

La plupart des entreprises sociales en Algérie (65 pour cent) n'ont pas bénéficié de programmes de soutien. Seuls 33 pour cent ont déclaré avoir bénéficié d'un programme de soutien. D'après les entretiens menés avec les parties prenantes, cela reflète le stade de développement naissant de l'écosystème de soutien et le fait que la demande de soutien est plus importante que l'offre disponible.

Figure 33. Description de l'écosystème de soutien d'après les répondants

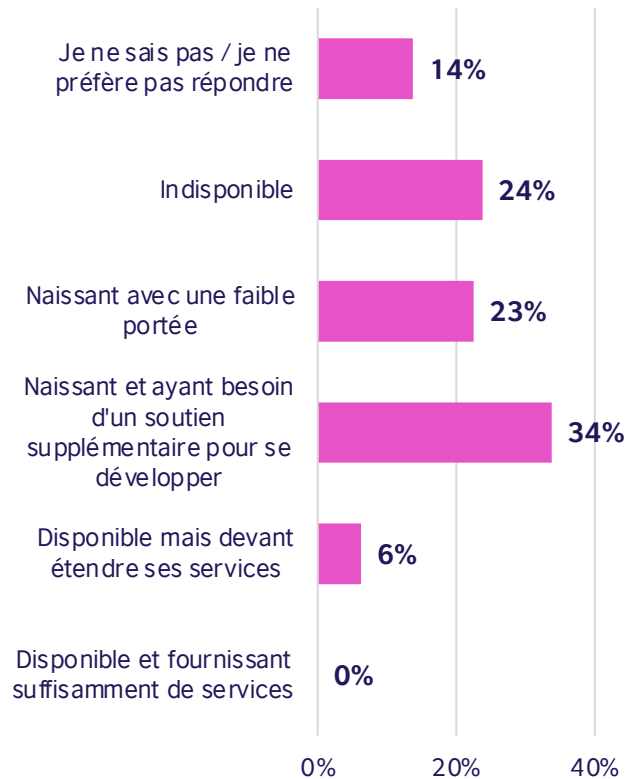
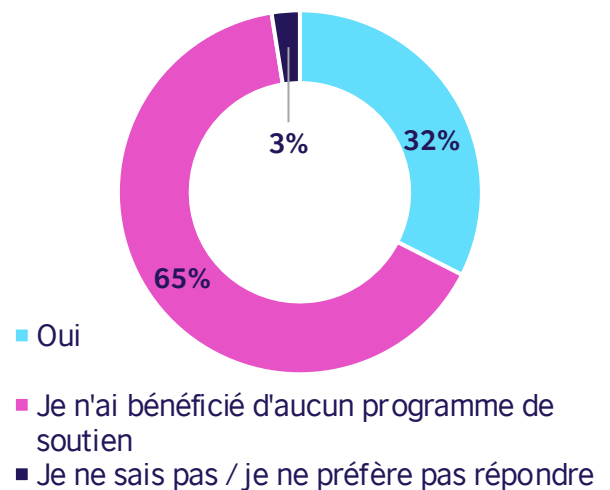


Figure 34. Pourcentage d'organisations ayant bénéficié d'un programme de soutien



Les entreprises sociales qui ont bénéficié d'un programme de soutien ont surtout reçu un accompagnement en matière de formation. C'est le cas de 16 pour cent des répondants, tandis que 13 pour cent ont bénéficié d'un programme d'incubation et huit pour cent d'un programme de mentorat. Seuls cinq pour cent des répondants ont reçu un soutien financier et trois pour cent ont bénéficié d'autres types de soutien.

Nous avons également demandé aux répondants d'identifier les organisations qui les avaient soutenus. Nous en avons dressé la liste dans le tableau 7.

Figure 35. Type de support dont ont bénéficié les organisations

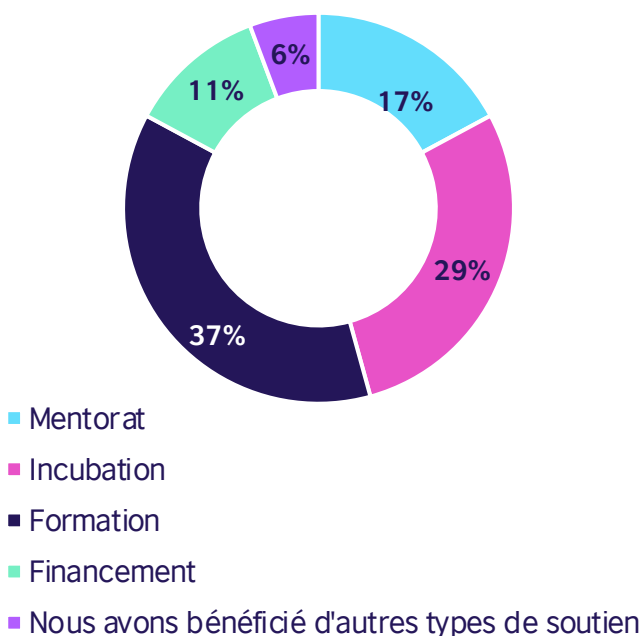


Table 10. Organisations ayant fourni un support aux répondants

Mentorat

- Agence Nationale des Secteurs Sauvegardés
- WomWork by the AnnexDz
- Women in Africa initiative

Incubation

- Ooredoo
- The Algerian Center for Social Entrepreneurship
- Orange Corner
- The Annex DZ
- Sylabs

Formation

- WomWork by the AnnexDz
- Generation Unlimited 2.0 (un programme de l'Unicef et du PNUD)
- ECOSIPARIS
- IMS Marseille
- Greentea
- Flambeau Vert
- ASI

Financement

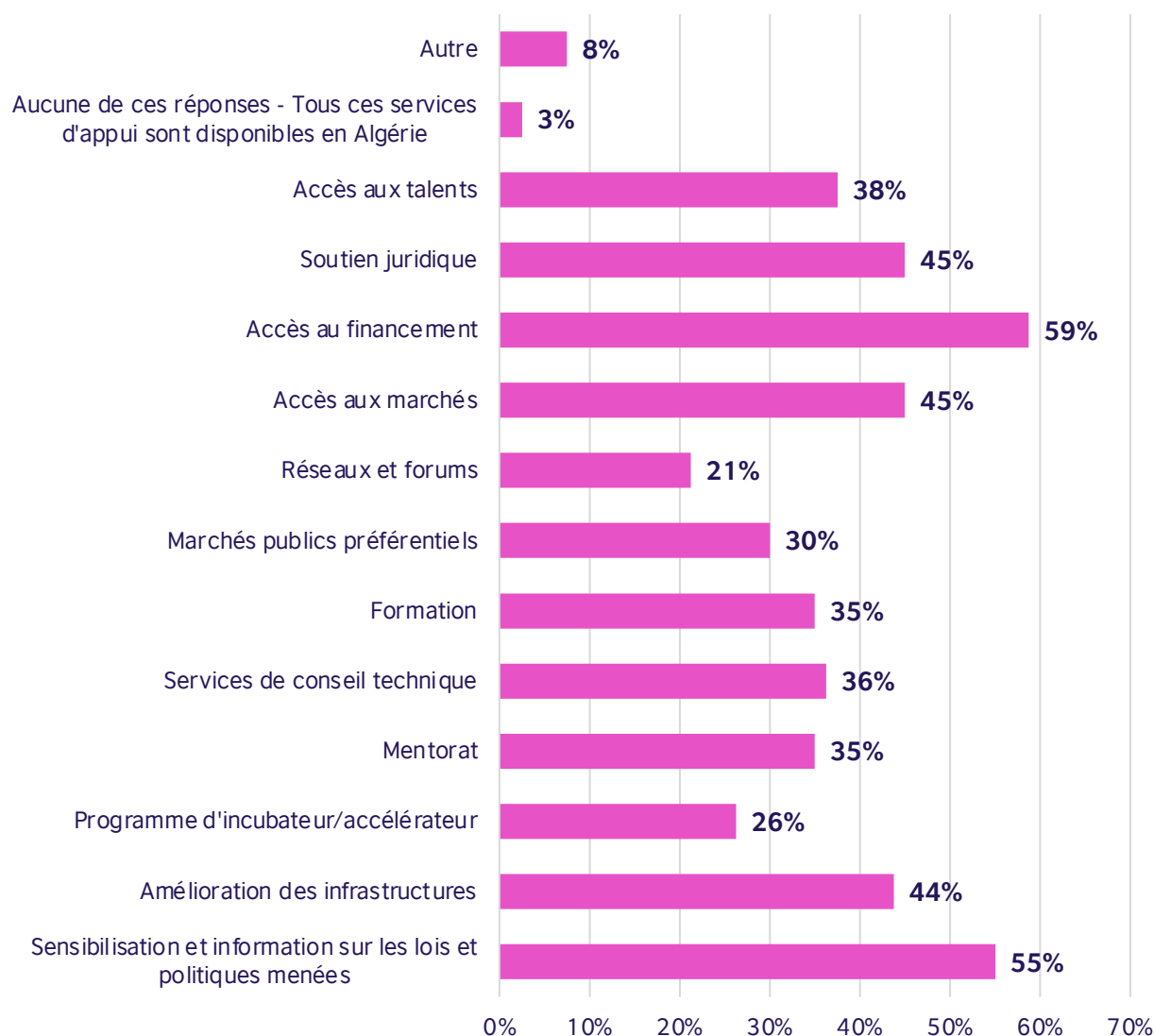
- The European Union
- French Development Agency
- Goethe Institut
- Generation Unlimited 2.0 (un programme de l'Unicef et du PNUD)
- Ambassade des États Unis

Les personnes interrogées ont tendance à penser que les services de soutien ne sont pas disponibles, notamment l'accès au financement (59 pour cent), la sensibilisation et l'information sur les politiques (55 pour cent), le support juridique et l'accès au marché (45 pour cent chacun) et l'amélioration des infrastructures (44 pour cent).

Plus d'un tiers des répondants ont déclaré que l'accès aux talents (38 pour cent), aux services de conseil technique (36 pour cent), à la formation (35 pour cent) et au mentorat (35 pour cent) n'était pas disponible.

Enfin, 26 pour cent des personnes interrogées ont indiqué que les incubateurs et les programmes d'accélération n'étaient pas disponibles, tandis que 21 pour cent ont déclaré que le réseautage et les forums n'étaient pas accessibles.

Figure 36. Services de support qui ne sont pas disponibles en Algérie



DÉFIS ET OBSTACLES

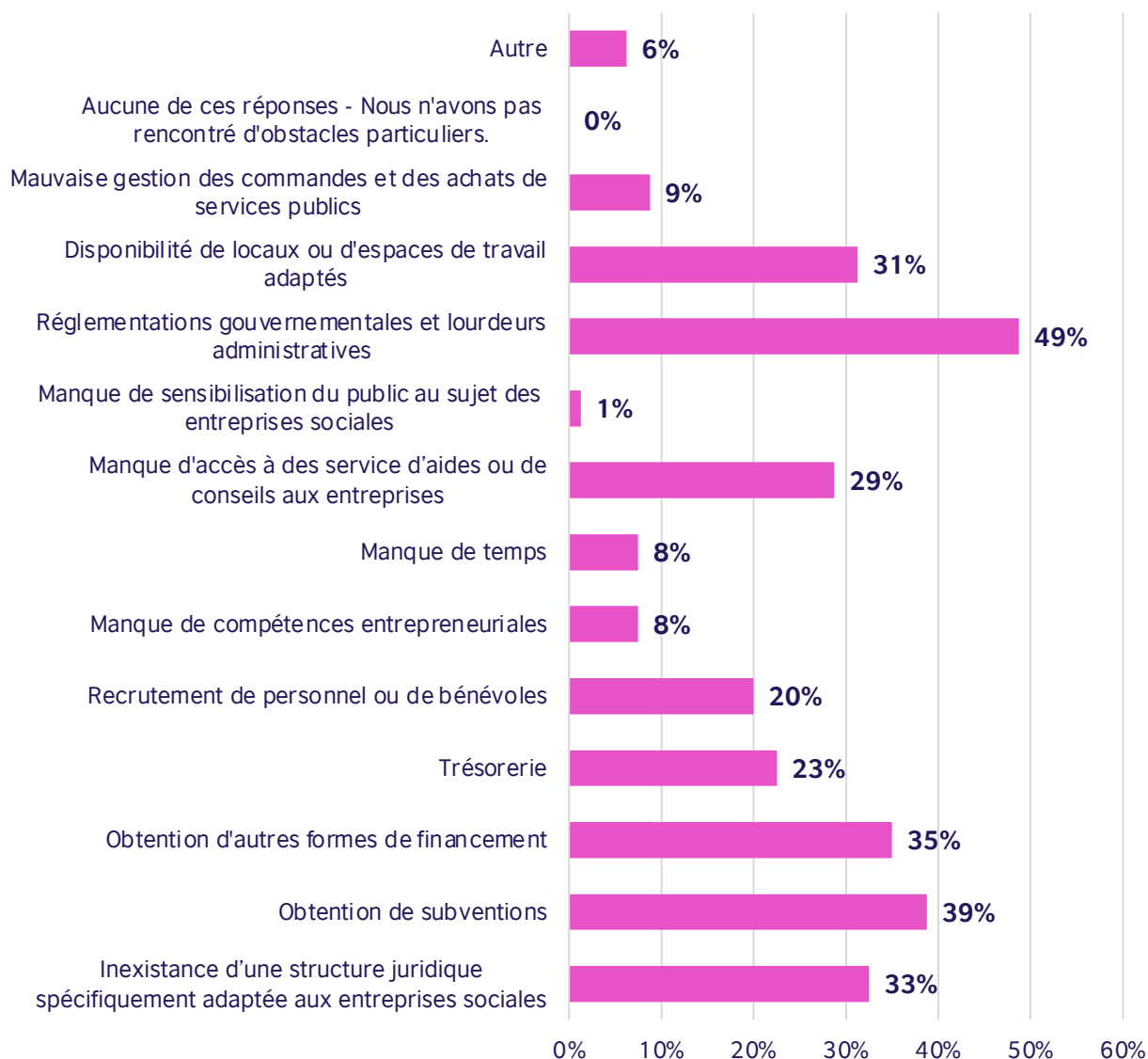
Le plus grand challenge auquel sont confrontées les entreprises sociales en Algérie sont les réglementations gouvernementales et les contraintes administratives, comme le rapportent 49 pour cent des répondants. Il s'agit d'un problème fréquemment évoqué en Algérie et qui a également été cité par les participants aux focus groups.

Viennent ensuite « l'obtention de subventions » et « l'obtention d'autres formes de financement », un défi auquel sont confrontées respectivement 39 et 35 pour cent des entreprises sociales.

Parmi les autres défis, on retrouve l'absence de forme juridique ou de statut juridique spécifiquement adapté aux entreprises sociales (33 pour cent), l'indisponibilité de locaux ou d'espaces de travail appropriés (31 pour cent), le manque d'accès à l'aide et aux conseils aux entreprises (29 pour cent).

Seul un pour cent des entreprises sociales a déclaré que le manque de sensibilisation à l'entreprise sociale était un défi ; pourtant, c'est l'un des défis les plus cités lors des focus groups.

Figure 37. Obstacles rencontrés par les répondants

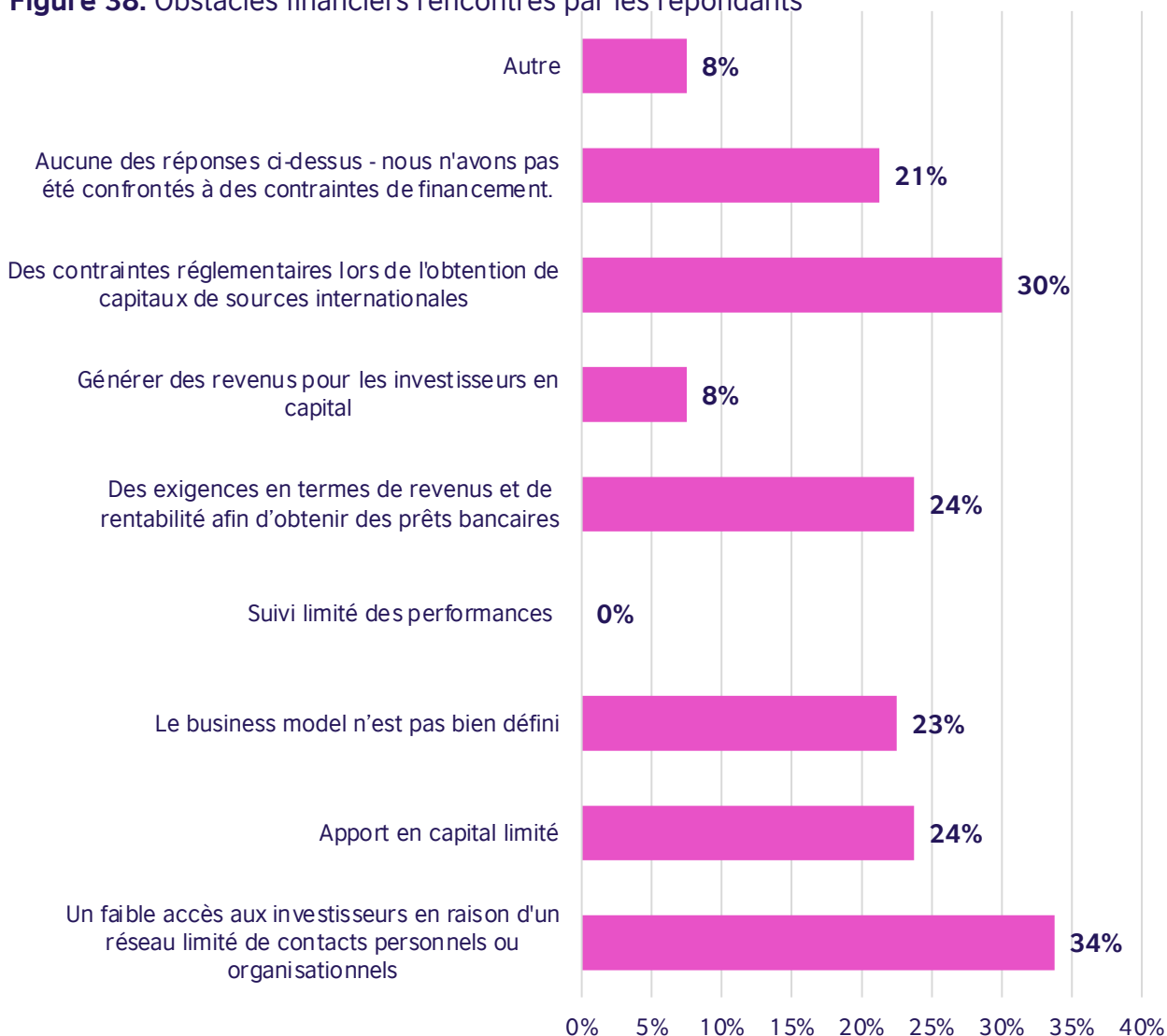


Les entreprises sociales algériennes éprouvent des difficultés à accéder aux investisseurs. C'est le cas pour 34 pour cent d'entre elles, en raison d'un réseau limité de contacts personnels et organisationnels. 30 pour cent d'entre elles déclarent qu'elles sont affectées par les contraintes réglementaires relatives à l'obtention de financements auprès de sources internationales. En effet, il est interdit aux associations algériennes de recevoir des fonds de légations et d'ONG étrangères, à moins qu'elles n'aient reçu une autorisation du Ministère de l'Intérieur, des Collectivités locales et de l'Aménagement du territoire.

De plus, 24 pour cent considèrent que les exigences en matière de revenus et de rentabilité pour l'obtention de prêts bancaires et l'offre limitée de capitaux constituent des défis, tandis que 23 pour cent rencontrent des problèmes pour définir leur modèle économique.

A l'opposée, 21 pour cent déclarent ne pas être confrontés à des contraintes liées au financement.

Figure 38. Obstacles financiers rencontrés par les répondants



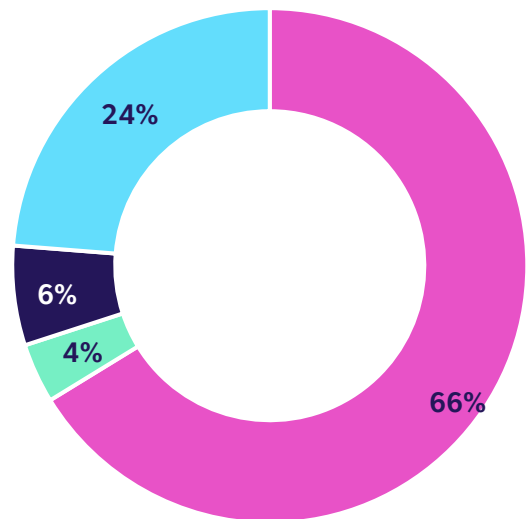
PLANIFICATION ATTENTES

FUTURE,

Les entreprises sociales sont optimistes quant à l'avenir de leurs organisations. En effet, 66 pour cent d'entre elles pensent que leur chiffre d'affaires va augmenter au cours de l'année à venir. Seuls quatre pour cent s'attendent à ce que leur chiffre d'affaires diminue, tandis que six pour cent pensent qu'il devrait rester inchangé. Enfin, 24 pour cent ont déclaré ne pas savoir ou ne pas vouloir se prononcer.

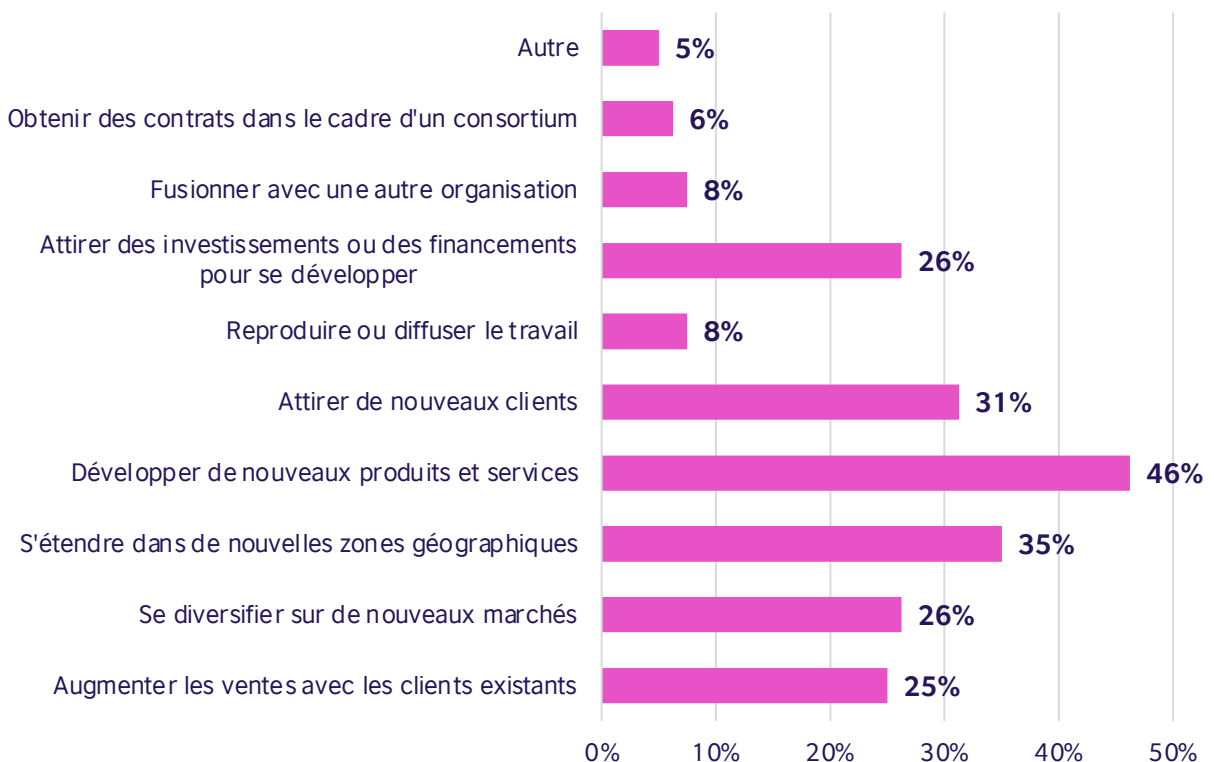
Pour atteindre la croissance, les entreprises sociales algériennes pensent qu'elles doivent développer de nouveaux produits et services, en élargissant leur offre existante. C'est l'objectif de 46 pour cent des répondants, tandis que 35 pour cent pensent qu'elles devraient s'étendre à de nouvelles zones géographiques et 31 pour cent aimeraient attirer de nouveaux clients. En outre, 26 pour cent envisagent d'attirer des investissements ou des financements pour se développer et se diversifier sur de nouveaux marchés, tandis que 25 pour cent prévoient d'augmenter les ventes auprès des clients existants.

Figure 39. Chiffre d'affaires de l'année suivante



- Le chiffre d'affaires devrait augmenter
- Le chiffre d'affaires devrait diminuer
- Il devrait rester le même
- Je ne sais pas / je ne préfère pas répondre

Figure 40. Planification pour atteindre la croissance au cours de l'année suivante



EFFETS DU COVID-19

La majorité des entreprises sociales en Algérie ont été touchées par le Covid-19. C'est le cas de 64 pour cent d'entre elles, tandis que 30 pour cent ne l'ont pas été et six pour cent ne se sont pas prononcés.

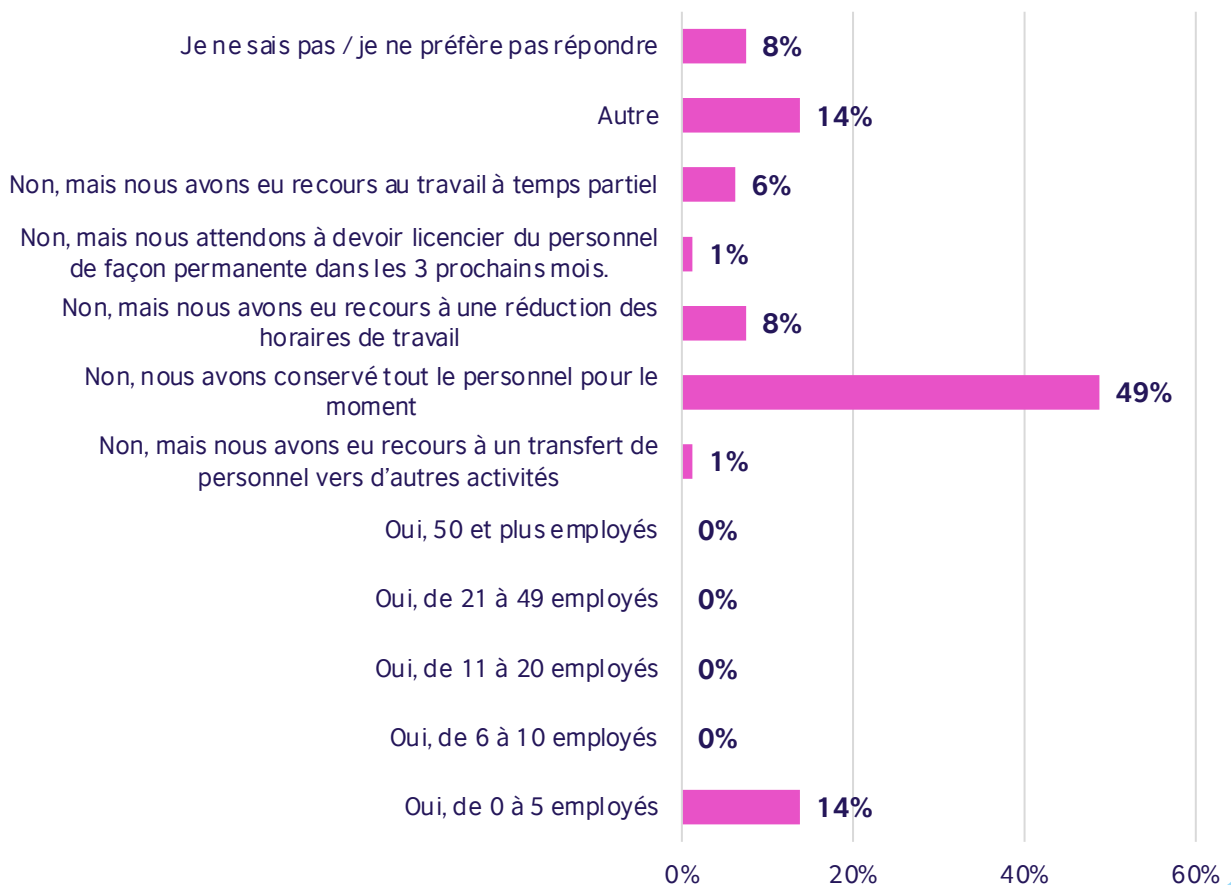
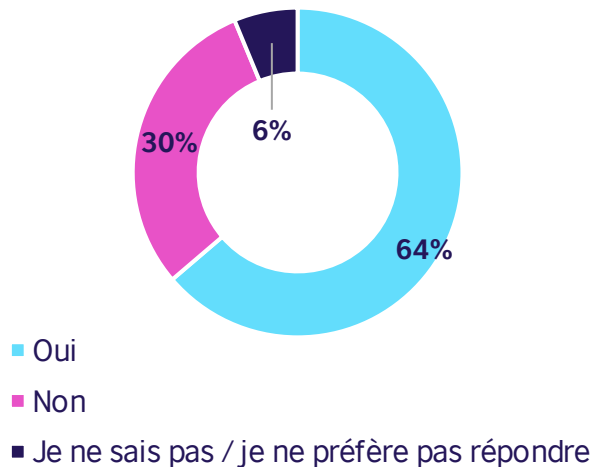
Lorsqu'on leur a demandé d'expliquer comment leur organisation a été affectée par le COVID-19, les répondants ont mentionné le blocage de la chaîne d'approvisionnement, l'impossibilité de se déplacer d'une wilaya à l'autre, la fermeture des frontières et des magasins et l'impossibilité d'organiser ou de participer à des événements ou des sessions de formation.

Même si les entreprises sociales ont été touchées par le Covid-19, beaucoup d'entre elles ont pu conserver leurs employés. C'est le cas de 49 pour cent d'entre elles, tandis que 14 pour cent seulement ont dû licencier jusqu'à cinq employés. Huit pour cent des entreprises interrogées ont dû réduire les heures de travail et six pour cent sont passées au travail à temps partiel.

À titre de comparaison, 51 pour cent des PME algériennes déclarent plus largement avoir pu conserver l'ensemble de leur personnel, tandis que 22 pour cent ont dû licencier au moins la moitié de leurs employés.

Figure 42. Organisations qui ont été contraintes de licencier définitivement du personnel en raison du Covid-19

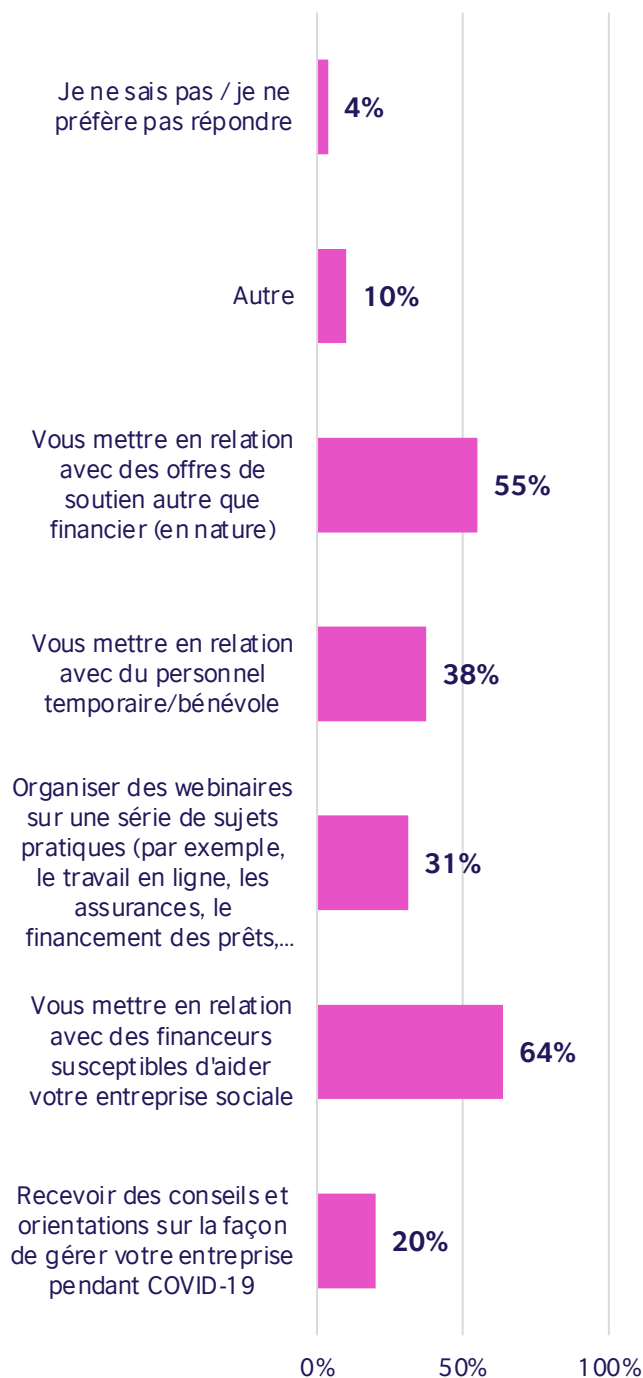
Figure 41. Pourcentage d'organisations affecté par le COVID-19



Les entreprises sociales algériennes déclarent qu'elles souhaiteraient bénéficier d'un soutien pour entrer en contact avec les bailleurs de fonds.

Nous avons demandé aux entreprises sociales de quel type de soutien elles avaient besoin et leur avons permis de choisir plusieurs réponses. Les résultats de la Figure 42 montrent que 64 pour cent d'entre elles souhaitent être mises en relation avec des bailleurs de fonds susceptibles d'aider leur entreprise sociale, tandis que plus de la moitié (55 pour cent) souhaitent être mises en relation avec des offres de soutien non financier. De plus, 38 pour cent ont cherché à être mis en relation avec du personnel temporaire ou des bénévoles, 31 pour cent ont souhaité assister à des webinaires sur une série de sujets et 20 pour cent ont demandé des conseils sur la manière de gérer leur entreprise pendant la pandémie de Covid-19. Dix pour cent ont besoin d'autres types de soutien qui n'ont pas été énumérés et quatre pour cent n'ont pas précisé s'ils avaient besoin de soutien ou non.

Figure 43. Type de support dont ont besoin les répondants



Objectifs du sondage étudiant

INTRODUCTION

Les étudiants algériens deviendront les futurs entrepreneurs sociaux de demain. Dans le but de planter la graine de l'entreprise sociale et de mesurer la sensibilisation des étudiants algériens, nous avons ajouté une phase supplémentaire à la recherche - un sondage auprès des étudiants.

Dans cette section, nous présentons les résultats du sondage que nous avons réalisé auprès des étudiants. Les résultats ont été présentés arrondis à zéro décimale, ce qui signifie que certains pourcentages peuvent ne pas correspondre exactement à 100 pour cent.

Certaines questions ayant des réponses multiples, le total des réponses sera supérieur à 100 pourcent.

Caractéristiques de l'échantillon

L'échantillon est constituée de 102 étudiants provenant d'universités situées dans 15 des 58 wilayas algériennes (Adrar, Alger, Annaba, Batna, Bejaia, Blida, Boumerdes, Chlef, Constantine, Ouargla, Setif, Tlemcen, Tissemsilt, Tizi Ouzou, Tipaza).

Parmi eux, 52 pour cent sont des femmes, 47 pour cent des hommes et un pour cent n'ont pas révélé leur identité.

Près de 57 pour cent sont des étudiants ayant au moins le niveau master, 38 pour cent des étudiants ont le niveau licence et cinq pour cent n'ont pas révélé leur niveau d'éducation. Dans les questions à choix multiples, les calculs de pourcentage sont établis sur la base de l'échantillon de 102 étudiants, même si le nombre de citations peut dépasser cette valeur.



Résultats du sondage étudiants

Un peu plus de la moitié des étudiants Algériens (52 pour cent) connaissent le concept d'entreprise sociale, alors que 42 pour cent n'en ont jamais entendu parler et six pour cent n'en sont pas sûrs.

Les étudiants pensent que les entreprises sociales doivent avoir un impact positif sur la société, l'environnement ou la communauté. Comme le montre la figure 44, seuls huit pour cent pensent qu'une entreprise sociale doit avoir une activité commerciale, c'est-à-dire vendre des biens et des services contre de l'argent. Et 43 pour cent pensent qu'une entreprise sociale doit avoir un statut juridique.

Figure 44. Etudiants qui ont entendu parler du concept d'entreprise sociale

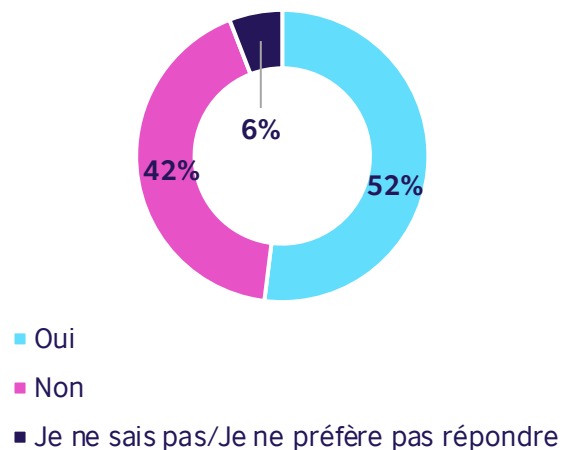


Figure 45. Principes fondamentaux qui définissent une entreprise sociale en Algérie selon les étudiants

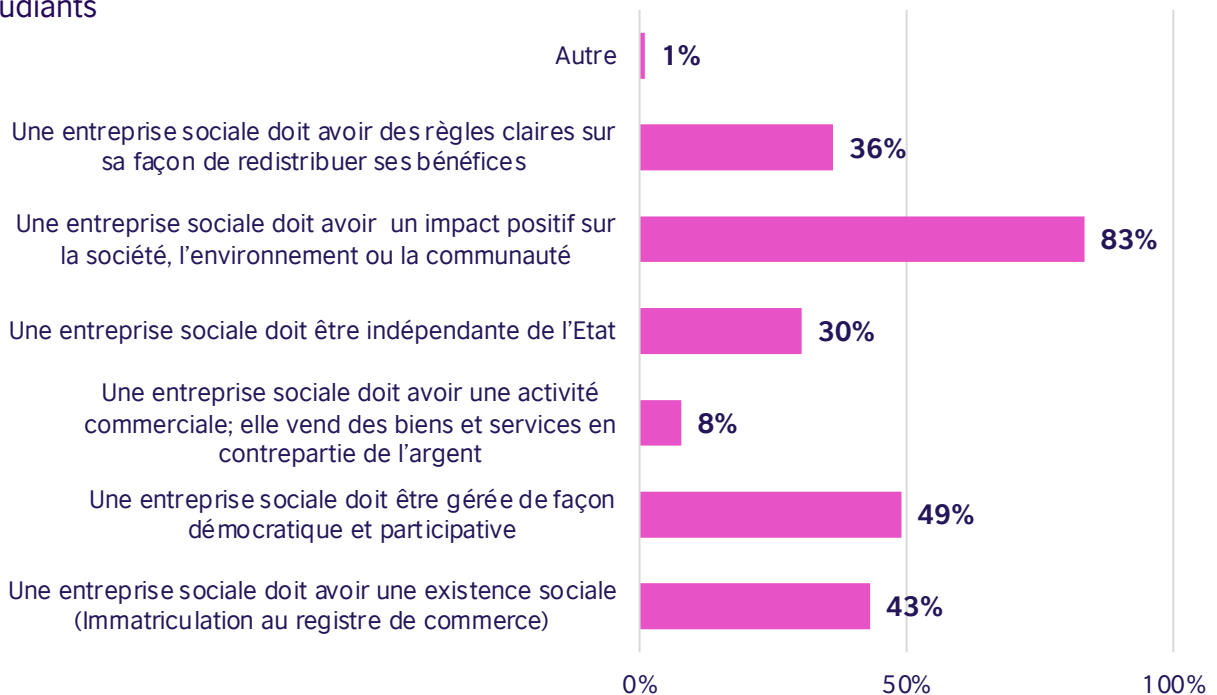
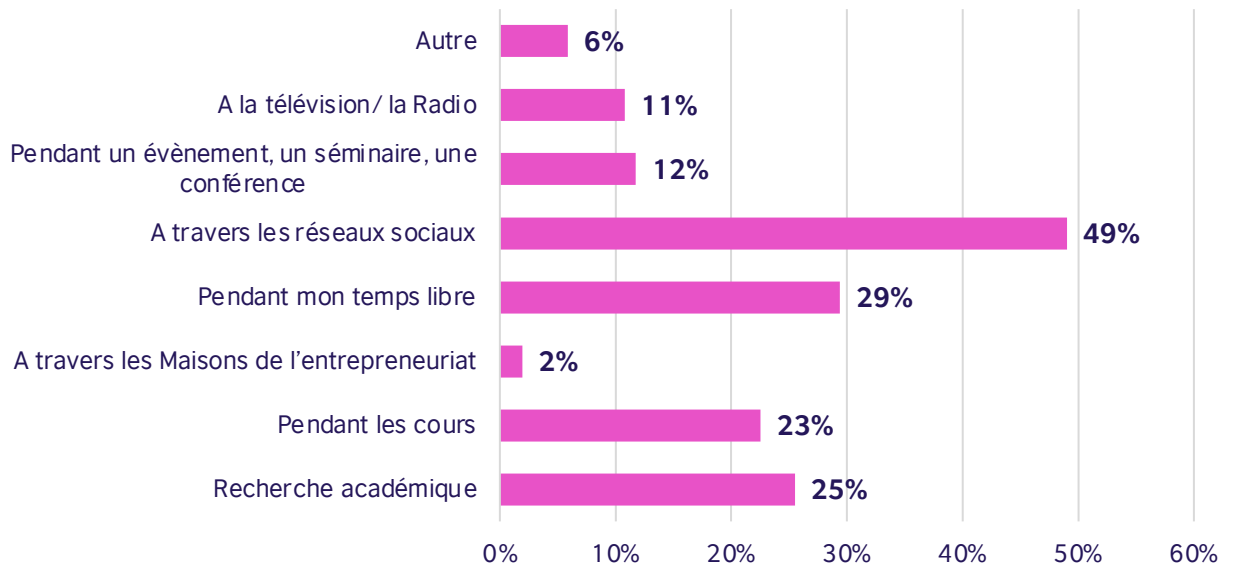


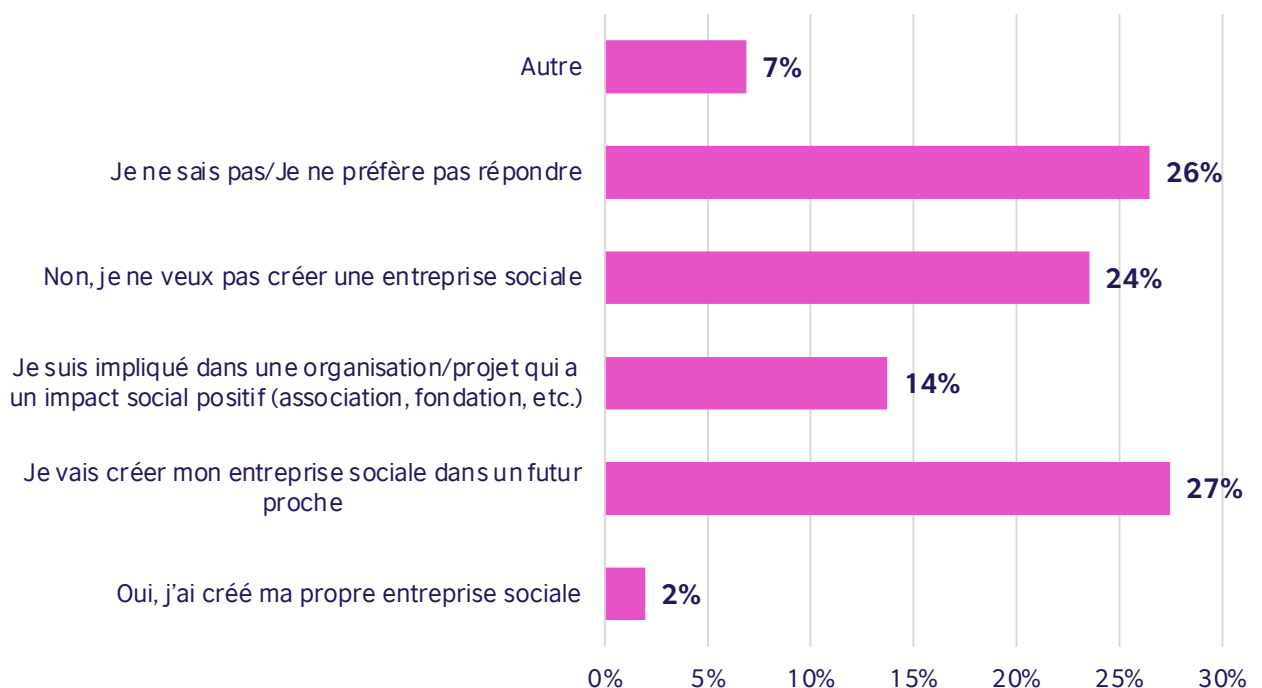
Figure 46. Comment les étudiants ont-ils entendu parler des entreprises sociales



Les étudiants algériens ont entendu parler des entreprises sociales sur les réseaux sociaux. Dans la figure 45, nous observons que les réseaux sociaux sont la source d'inspiration la plus influente (49 pour cent) pour les étudiants qui s'intéressent à l'économie sociale. Les cours à l'université comptent pour 23 pour cent, tandis que la recherche universitaire et les séminaires sont responsables de 25 et 12 pour cent, respectivement.

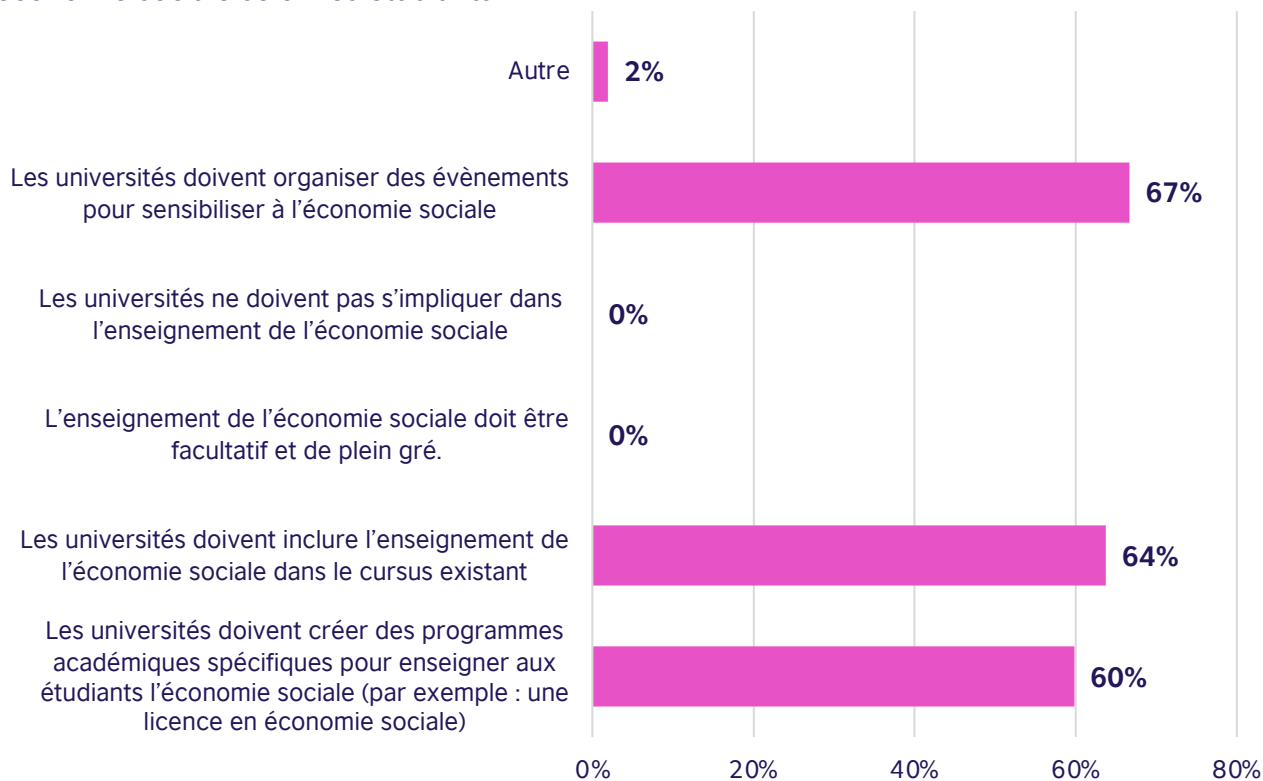
Certains étudiants envisagent de créer leur propre entreprise sociale. 16 pour cent des étudiants sont impliqués dans l'entrepreneuriat social, dont 2 pour cent ont déjà créé leur propre entreprise sociale tandis que 14 pour cent sont impliqués dans une organisation ou un projet ayant un impact social. 27 pour cent ambitionnent de créer des entreprises sociales dans le futur.

Figure 47. Intérêts des étudiants pour les entreprises sociales



Les étudiants suggèrent que des événements de sensibilisation à l'économie sociale soient organisés avec le soutien du secteur de l'éducation. La figure 47 montre que les étudiants pensent que les universités devraient jouer un rôle dans le développement des entreprises sociales : 67 pour cent d'entre eux déclarent que les universités devraient organiser des événements de sensibilisation, 64 pour cent des étudiants pensent que les universités devraient inclure l'économie sociale dans le cursus existant et 60 pour cent pensent que des programmes académiques spécifiques devraient être mis en place.

Figure 48. Soutien apporté par le secteur de l'éducation au développement du secteur de l'économie sociale selon les étudiants



Conclusion

Les entreprises sociales sont en plein développement en Algérie, notamment depuis ces trois dernières années.

Ce développement est fondé sur une série de facteurs culturels et religieux qui favorisent la solidarité, l'entraide et l'égalité.

Selon notre sondage, les entreprises sociales travaillent souvent dans les domaines suivants : arts et artisanat, culture et loisirs, alimentation et nutrition, énergie, technologies propres et environnement, tourisme et éducation.

La proportion de femmes dans les entreprises sociales est plus élevée que dans les autres types d'entreprises.

Cependant, les entreprises sociales sont également confrontées à de nombreux défis, notamment parce qu'il n'existe pas de statut juridique spécifique adapté à ce type d'entrepreneuriat. Les entreprises sociales ont des difficultés à accéder aux financements et à développer des modèles économiques rentables.

La plupart des entreprises sociales dépendent de financements personnels et leur chiffre d'affaires dépasse rarement 1 million de DZD.

Au-delà de l'accès au financement, les entreprises sociales expriment également un besoin de soutien, tel que la sensibilisation et l'information sur les politiques, le soutien juridique et l'accès aux marchés.

Enfin, 64 pour cent des entreprises sociales que nous avons interrogées ont déclaré être touchées par les conséquences du Covid-19. Même si la plupart d'entre elles ont pu conserver l'ensemble de leur personnel, elles souhaitent être mises en relation avec des bailleurs de fonds susceptibles de les aider à surmonter la crise.

Les parties prenantes et les entreprises sociales que nous avons interrogées nous ont également mis en garde contre les malentendus qui entourent le concept d'entreprise sociale en Algérie, beaucoup le confondant avec le travail bénévole. Cette méconnaissance de ce qu'est une entreprise sociale est également présente chez les étudiants algériens. Cependant, plus de 50 pour cent des étudiants interrogés ont déclaré vouloir que leur université joue un rôle dans la sensibilisation et la compréhension.

Recommandations

1. Les entreprises sociales que nous avons interrogées appellent à une reconnaissance politique de l'existence du secteur de l'entreprise sociale par la création d'une structure juridique dédiée, ou la création d'un label de certification qui pourrait les aider à se différencier des autres types d'entreprises.

2. Le terme "entreprise sociale" prête parfois à confusion et peut avoir une connotation négative dans le contexte algérien. Ensemble, les entreprises sociales et les parties prenantes devraient réfléchir à la meilleure façon de désigner ces entreprises, en envisageant des alternatives telles que "entreprise à impact", "entreprise durable" ou "entreprise inclusive", par exemple.

3. Jusqu'à présent, aucun ministère ou agence spécifique n'a été désigné pour soutenir le développement des entreprises sociales. Au lieu de cela, plusieurs ministères sont tour à tour responsables des programmes développés pour les entreprises sociales (par exemple : le ministère du travail, de l'emploi et de la sécurité sociale pour le programme PAJE, le ministère de l'intérieur pour le programme CAPDEL, etc).

La création d'une agence intersectorielle dédiée ou d'une structure interministérielle formelle pourrait aider à soutenir le secteur et les discussions entre les entreprises sociales et les différents ministères impliqués pourraient permettre d'initier des actions concrètes pour aider à soutenir les entreprises sociales.

4. Les entreprises sociales sont encore méconnues du grand public et des institutions. Celles que nous avons interrogées recommandent une campagne de promotion de cette forme d'entrepreneuriat, soutenue par les différents ministères concernés (ministères des start-ups, de l'environnement, du tourisme, de l'artisanat, des finances, de la solidarité, etc.), en mettant en avant des exemples de réussite.

5. Comme les start-ups et les entreprises artisanales, les entreprises sociales ont besoin d'être soutenues par une fiscalité préférentielle, en particulier pendant les premières années d'activité (comme une exonération fiscale, un taux de TVA réduit, etc.) Les entreprises sociales que nous avons interrogées souhaiteraient bénéficier d'un mécanisme similaire à celui dont peuvent bénéficier les artisans sous forme juridique et les startups.

6. Les entreprises sociales ont des besoins spécifiques en termes de financement et de financement qui pourraient être abordés par une révision du mécanisme de financement public accordé par l'Agence Nationale du Microcrédit et les institutions bancaires publiques.

7. Les incubateurs existants devraient prendre des mesures à la fois pour soutenir spécifiquement les entreprises sociales à travers leurs programmes et pour les attirer dans les cohortes futures, y compris en dehors de la capitale et des grandes villes.

8. Les organisations qui apportent un soutien aux entreprises sociales, telles que les incubateurs privés, devraient fournir une formation et un soutien aux entreprises sociales, afin de les aider à établir la meilleure approche pour mesurer leur impact.

9. Les étudiants que nous avons interrogés sont intéressés par l'apprentissage des entreprises sociales et seraient intéressés par la participation à des événements dédiés organisés au sein de leurs universités.

10. Quatre des principales universités et/ou écoles de commerce pourraient coopérer pour faire progresser la sensibilisation et la compréhension des entreprises sociales parmi les universitaires et les étudiants.



Références

Malika AHMED ZAID-CHERTOUK, L'ESS en Algérie: Réalités sociétales et vision prospective.

L'économie sociale et solidaire au Maghreb Quelles réalités pour quel avenir ? Malika Ahmed Zaid Chertouk, Touhami Abdelkhalek, Zied Ouelhazi, IPEMED

An initiative of the Social Economy enterprises to develop the Euro-Mediterranean Partnership, Euromed Summit, Economic and Social Councils and Similar Institutions, 2016

BENAMARA Karima & AHMED ZAID Malika : L'économie sociale et solidaire face aux défis de l'innovation sociale et du changement de société

Mohamed Achir. Finance solidaire, émergence d'institutions de micro-finance : cas de la Kabylie. Sociologie. Université de Strasbourg; Université A. Mira (Bejaïa, Algérie), 2018.

Khelfaoui Mounia, Kadi Nadjat, Social economy: an approach to the sustainable transformation of the economy

Hakima Hadjam, Forum algérien des associations de jeunes: L'économie sociale et solidaire, une des alternatives, L'écho d'Algérie

AIT RAMDANE Ourida, BELABBAS Aghiles, L'entrepreneuriat social en Algérie à travers le programme de l'Agence Nationale du Micro-crédit (ANGEM). Etat des lieux et évaluation dans la wilaya de Tizi-Ouzou.

World Bank, Databank, Algeria

World Bank, The long shadow of informality

ALIOUCHE Hachemi, BONET FERNANDEZ Dominique ; Social Entrepreneurship and Franchising: A panacea for Emerging Countries? The Case of Algeria

WAGNER Kristin, Power innovation : Opportunités for Social entrepreneurship cultivation in Algeria, 2016

LAMROUS-ACHAIBOU Sarah, Entrepreneuriat social et développement local solidaire autour du barrage de TAKSEBT : Evaluation du projet « Touiza Solidarité/AJIE »

Université Mouloud Mammeri, Management territorial et ingénierie des projets, 2011

AMIR Fadhila, KEBBAL Lynda, Financement de projet par l'ADS : cas ADS de la wilaya de Tizi-Ouzou, 2017

CNRC, indicateurs & statistiques, 2019

Office National des Statistiques, Activité, emploi & chômage en mai 2019

Ministère de l'Industrie et des Mines, Bulletin d'information Statistique de la PME, Novembre 2019

Impact économique du coronavirus sur les entreprises Algériennes, Evidencia Business Academy, 2020

Annexe 1 : Participants aux focus groups et entretiens individuels

Nous sommes très reconnaissants à tous ceux qui ont donné de leur temps pour répondre à nos sondages et prendre part aux entretiens individuels et aux focus groups.

Nom du participant	Organisation
Abdelfettah Herizi	Lean Incubator
Abdelkader Bayazid	Webelkhir
Achir Mohamed	Université de Tizi Ouzou
Adel Amalou	IncubMe
Amel Mohandi	Azar Dziri
Amine Babou	Beesiha
Azziouz Laib	Bourse Algérienne de sous-traitance et de partenariat
Benyoucef	Kiddy Sorties
Chafik Zerrouki	Ambrosia Boutique
Chokri Ben Zarour	Directeur de travail familial au Ministère du Tourisme et de l'Artisanat
Fares kerouani	Ministère de la Jeunesse et des Sports
Fazil Bouaiach	Filaha Innov
Hasna Fenni	Student
Hemamda Abdellatif	Baladiya.tech
Hichem Mebarki	DirassaTic/Maison de l'entrepreneuriat
Hind Skander	Kheyma
Ihcène Menous	Social media expert
Ikram Bouagal	Charme et tradition
Ilhem Bouadjim	Sac à Tours
Judite Ferreira	Former Medafco and Algerian Center of Social entrepreneurship manager
Kamel Osmane	Medafco
Mohamed Skander	Bucephal
Mohand Ousalem	Université de Tizi Ouzou

Nom du participant	Organisation
Moufida Sedkaoui	7ob Paris
Moulay Asma	Directrice de la Communication et de la Coopération au Ministère du Tourisme et de l'Artisanat
Nacima Arhab	Ministère des start-ups et de l'économie de la connaissance
Nassima Guettal	Qefza Market
Rami Ahmed Ramy	Nrecycli
Salim Boussedi	Organisation Nationale du Tourisme Durable
Sara Ait Hamou	The Annex
Sara Rebaty Ait Hamou	The Annex
Touzene Alrachimi	Amusnaw
Walid Hadjadj	Torba
Yacine Oualid	Ministère des start-ups et de l'économie de la connaissance
Yasmine Agoun	Etudiante
Yasmine Lalle	Amadhal

Annexe 2 : Questions du sondage entreprise sociale

Caractéristiques et activités de l'organisation

1. Quel est le nom de votre organisation ?

2. Quel est votre rôle au sein de cette organisation ?

- Représentant légal
- Directeur
- Propriétaire
- Directeur général/PDG
- Membre
- Employé
- Bénévole
- Autre, veuillez préciser _____

3. En quelle année votre organisation a-t-elle démarré son activité ?

4. A quel stade du cycle de vie de l'entreprise se trouve votre organisation ?

- Début d'activité / Naissance de l'idée
- Démarrage
- Croissance
- Maturité
- Je ne sais pas / je ne préfère pas répondre

5. À quelle échelle votre organisation opère-t-elle ?

- Locale
- Nationale
- Régionale
- Internationale
- Je ne sais pas / je ne préfère pas répondre

6. Où se trouve le siège social de votre organisation en Algérie ?

- Adrar
- Chlef
- Laghouat
- Oum El Bouaghi
- Batna
- Béjaïa
- Biskra
- Béchar
- Blida
- Bouira
- Tamanrasset
- Tébessa
- Tlemcen
- Tiaret
- Tizi Ouzou
- Alger
- Djelfa
- Jijel
- Sétif
- Saïda
- Skikda
- Sidi Bel Abbès
- Annaba
- Guelma
- Constantine
- Médéa
- Mostaganem
- M'sila
- Mascara
- Ouargla
- El Bayadh
- Illizi

- Bordj Bou Arreridj
- Boumerdès
- El Tarf
- Tindouf
- Tissemsilt
- El Oued
- Khenchla
- Souk Ahras
- Tipaza
- Mila
- Aïn Defla
- Naâma
- Aïn Témouchent
- Ghardaïa
- Relizane

7. Sous quelle(s) forme(s) juridique(s) votre organisation est-elle enregistrée ?

- Coopérative
- Mutuelle
- Association
- Fondation
- Entreprise individuelle (personne physique ayant la qualité de commerçant)
- Entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée (EURL)
- Société à responsabilité limitée (SARL)
- Société en nom collectif (SNC)
- Entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée (EURL)
- Société à responsabilité limitée (SARL)
- Société en nom collectif (SNC)
- Société par action (SPA)
- Société en commandite par actions (SCPA)
- Groupement
- Non enregistrée
- Autre, veuillez préciser
- Je ne sais pas / je ne préfère pas répondre

8. Votre organisation est-elle une filiale d'une autre organisation ?

- Oui
- Non
- Je ne sais pas / je ne préfère pas répondre

9. Quel est le principal secteur dans lequel vous opérez ?

- Agriculture et pêche
- Énergie, technologies propres et environnement
- Alimentation et nutrition
- Éducation
- Garde d'enfants
- Santé et services sociaux
- Soutien et services financiers
- Création d'emplois et des moyens de subsistance
- Mobilité et transport
- Services de développement des entreprises et soutien à l'entrepreneuriat
- Culture et loisir
- Hôtellerie et restauration
- Arts et artisanat
- Stylisme
- Architecture et décoration d'intérieur
- Cinéma / Musique / Vidéo et Photographie / Publication et jeux vidéo
- Logement
- Autre, veuillez préciser _____

Objectifs communautaires, sociaux et environnementaux/Impact social

10. Avez-vous déjà entendu parler du concept « d'entreprise sociale » ?

- Oui
- Non

11. Selon vous, quels sont les grands principes qui définissent l'entreprise sociale en Algérie ?

- Formellement constituée
- Gouvernance démocratique / gouvernance participative
- Activité commerciale (vente de biens et services contre de l'argent)
- Règles encadrant la distribution des bénéfices
- A un bénéfice communautaire / social / environnemental défini
- Indépendant de l'Etat
- Autre, veuillez préciser :
- Je ne sais pas / je ne préfère pas répondre

13. Quels sont les principaux objectifs de votre organisation ?

- Améliorer la santé et le bien-être
- Promouvoir l'éducation et l'alphabétisation
- Protéger l'environnement
- Soutenir les femmes et les filles/équité entre les sexes
- Créer des opportunités d'emploi plus inclusives
- Lutter contre l'exclusion financière
- Promouvoir le bien-être des enfants et des jeunes
- Créer une ville durable
- Soutenir d'autres entreprises/organisations sociales
- Améliorer l'accès à des services/produits de qualité
- Lutter contre les inégalités
- Aider, améliorer une communauté particulière
- Soutenir les personnes/groupes vulnérables
- Préserver le patrimoine culturel
- Autre, veuillez préciser : _____

14. Votre organisation met-elle l'accent sur :

- Le profit d'abord
- La mission sociale/environnementale d'abord
- Les deux conjointement
- Autre, veuillez préciser : _____

15. D'après vous, est ce que l'un des groupes suivants bénéficie directement des activités principales de votre organisation ?

- Chômeurs de longue durée
- Personnes souffrant d'un handicap physique
- Personnes vivant dans des régions éloignées
- Groupes ethniques minoritaires
- Personnes souffrant d'un handicap mental ou de difficultés d'apprentissage
- Sans-abri / ayant précédemment été sans-abri
- Personnes sortant d'une situation de délinquance et/ou présentant un risque de récidive

- Réfugiés et demandeurs d'asile
- Toxicomanie
- Jeunes ayant un comportement délinquant
- Victimes de violence domestique
- Victimes de la traite des êtres humains
- Personnes âgées
- Groupe de jeunes
- Femmes
- Notre organisation ne cible pas un groupe spécifique, mais tous les segments de la société
- Autre, veuillez préciser : _____

16. Mesurez-vous votre impact social et environnemental ?

- Oui, nous le mesurons nous-mêmes
- Oui, il est mesuré et vérifié de manière indépendante
- Non, nous n'avons pas encore réalisé d'évaluation d'impact social
- Je ne sais pas / je ne préfère pas répondre

17. Combien de personnes estimez-vous avoir aidé au total au cours des 12 derniers mois ?

Sources de financement

18. Quelles formes de financement et d'aides avez-vous reçues (au cours de la dernière année ou depuis le début de vos activités) ?

- Subventions du gouvernement
- Subventions d'une fondation
- Subventions d'une entreprise
- Subventions d'un incubateur, d'un accélérateur ou suite à un concours
- Dons en espèces
- Ressources en nature
- Prêt concessionnel (prêt à taux d'intérêt inférieur à celui du marché, y compris de la part d'amis et de la famille)
- Prêt commercial (prêt à taux d'intérêt du marché)
- Prise de participation ou investissement assimilable à une prise de participation

- Financement participatif (crowdfunding)
- Financement personnel
- Financement par la famille ou les amis
- Aucun
- Autre, veuillez préciser : _____
- Je ne sais pas / je ne préfère pas répondre

19. Quelle proportion de votre revenu total provenait de subventions au cours du dernier exercice financier ?

- 0%
- 25% ou moins
- 26-50%
- 51-75%
- 76-100%
- Je ne sais pas / je ne préfère pas répondre

Données économiques

20. Quel était le chiffre d'affaires annuel de votre organisation au cours de l'exercice précédent ?

- Moins de 1 000 000 DZD
- Entre 1 000 000 DZD et 5 000 000 DZD
- Entre 5 000 000 et 10 000 000 DZD
- Entre 10 000 000 DZD et 50 000 000 DZD
- Entre 50 000 000 DZD et 100 000 000 DZD
- Plus de 100 000 000 DZD
- Je ne sais pas / je ne préfère pas répondre

21. Après combien d'année votre organisation a-t-elle atteint le seuil de rentabilité ?

- 1 à 3 ans
- 3 à 5 ans
- 5 à 7 ans
- Plus de 7 ans
- Nous ne l'avons pas encore atteint
- Je ne sais pas / je ne préfère pas répondre

22. L'année dernière, avez-vous réalisé un bénéfice ou un excédent ?

- Oui
- Non, si la réponse est non, pourquoi ? _____
- Equilibre exacte
- Je ne sais pas / je ne préfère pas répondre

23. Si votre organisation venait à réaliser des bénéfices/excédents, comment envisageriez-vous de les utiliser ?

- Accroître et étendre l'impact social de l'organisation
- Récompenser le personnel
- Récompenser les bénéficiaires ou la communauté
- Partager les bénéfices avec les propriétaires et les actionnaires
- Constituer des réserves
- Financer des activités sociales/environnementales d'organisation tiers - Par exemple : subvention à d'autres organisations.
- Autre, veuillez préciser : _____
- Je ne sais pas / je ne préfère pas répondre

Leadership

24. Quel est le niveau d'éducation de la personne responsable de la gestion de votre organisation ?

- Doctorat
- Master
- Licence
- Baccalauréat
- Aucune de ces réponses
- Je ne sais pas / je ne préfère pas répondre

25. Quel est le genre de la personne responsable de la gestion de votre organisation ?

- Homme
- Femme
- Je ne sais pas / je ne préfère pas répondre

26. Le responsable actuel de votre organisation est-il issu d'un groupe vulnérable ?

- Oui, si oui, merci de préciser de quel groupe s'agit-il : _____
- Non
- Je ne sais pas / je ne préfère pas répondre

27. A quelle tranche d'âges appartient la personne responsable de la gestion de votre organisation ?

- 18-24 ans
- 25-44 ans
- 45-64 ans
- 65+ ans
- Je ne sais pas / je ne préfère pas répondre

28. Votre organisation dispose-t-elle d'un comité de gestion ?

- Oui, si Oui, de quel type de comité de gestion s'agit-il :
 - Comité consultatif
 - Conseil d'administration
 - Comité de direction
 - Autre, veuillez préciser : _____
- Non
- Je ne sais pas / je ne préfère pas répondre

Personnel

29. Combien d'employés rémunérés à temps plein (35+ heures par semaine) employez-vous actuellement ?

30. Combien d'employés rémunérés à temps partiel (entre 20h et 39 heures par semaine) employez-vous actuellement ?

31. Quelle est la proportion approximative de femmes dans votre effectif total ?

- Entre 0% et 25%
- Entre 25% et 49%
- 50%
- Entre 51% et 75%
- Plus de 75%
- Je ne sais pas / je ne préfère pas répondre

Services de soutien aux écosystèmes

33. Comment décririez-vous l'écosystème de soutien aux entreprises sociales en Algérie ?

- Disponible et fournissant suffisamment de services
- Disponible mais devant étendre ses services
- Naissant et ayant besoin d'un soutien supplémentaire pour se développer
- Naissant avec une faible portée
- Indisponible
- Je ne sais pas / je ne préfère pas répondre

34. Votre organisation a-t-elle bénéficié d'un programme de soutien (mentorat, incubation, formation...)?

- Oui ; si oui, de quel type de soutien s'agissait-il ? Quel était l'organisation en charge de ce soutien ?
 - Mentorat ; si oui de quelle organisation s'agissait-il ? _____
 - Incubation ; si oui de quelle organisation s'agissait-il ? _____
 - Formation si oui de quelle organisation s'agissait-il ? _____
 - Financement ; si oui de quelle organisation s'agissait-il ? _____
 - Nous avons bénéficié d'autres types de soutien ; Si c'est le cas, pouvez-vous nous indiquer de quel type de soutien s'agissait-il et quelle organisation en avait la charge ? _____

- Je n'ai bénéficié d'aucun programme de soutien
- Je ne sais pas / je ne préfère pas répondre

35. Quels sont les services de soutien qui, selon vous, ne sont pas disponibles en Algérie ?

- Sensibilisation et information sur les lois et politiques menées
- Amélioration des infrastructures
- Programme d'incubateur/accélérateur
- Mentorat
- Services de conseil technique
- Formation
- Marchés publics préférentiels
- Réseaux et forums
- Accès aux marchés
- Accès au financement
- Soutien juridique
- Accès aux talents
- Aucune de ces réponses - Tous ces services d'appui sont disponibles en Algérie
- Autre, veuillez préciser : _____

Défis et obstacles

36. Quels sont les principaux obstacles auxquels votre organisation est confrontée ?

- Inexistence d'une structure juridique spécifiquement adaptée aux entreprises sociales
- Obtention de subventions
- Obtention d'autres formes de financement
- Trésorerie
- Recrutement de personnel ou de bénévoles
- Manque de compétences entrepreneuriales
- Manque de temps
- Manque d'accès à des services d'aides ou de conseils aux entreprises
- Manque de sensibilisation du public au sujet des entreprises sociales
- Réglementations gouvernementales et lourdeurs administratives
- Disponibilité de locaux ou d'espaces de travail adaptés
- Mauvaise gestion des commandes et des achats de services publics

- Aucune de ces réponses - Nous n'avons pas rencontré d'obstacles particuliers.
- Autre, veuillez préciser : _____

37. Quelles sont les trois principales contraintes auxquelles fait face votre organisation en matière de financement ?

- Un faible accès aux investisseurs en raison d'un réseau limité de contacts personnels ou organisationnels
- Apport en capital limité
- Le business model n'est pas bien défini
- Suivi limité des performances
- Des exigences en termes de revenus et de rentabilité afin d'obtenir des prêts bancaires
- Générer des revenus pour les investisseurs en capital
- Des contraintes réglementaires lors de l'obtention de capitaux de sources internationales
- Aucune des réponses ci-dessus - nous n'avons pas été confrontés à des contraintes de financement.
- Autre, veuillez préciser : _____

Attentes et planification future

38. Comment pensez-vous que le chiffre d'affaires de votre organisation va évoluer au cours de l'année prochaine ?

- Le chiffre d'affaires devrait augmenter ; Si oui, comment votre organisation prévoit-elle d'atteindre la croissance au cours de l'année prochaine ?
 - Augmenter les ventes avec les clients existants
 - Se diversifier sur de nouveaux marchés
 - S'étendre dans de nouvelles zones géographiques
 - Développer de nouveaux produits et services
 - Attirer de nouveaux clients
 - Reproduire ou diffuser le travail

- Attirer des investissements ou des financements pour se développer
- Fusionner avec une autre organisation
- Obtenir des contrats dans le cadre d'un consortium
- Autre, veuillez préciser : _____
- Le chiffre d'affaires devrait diminuer
- Il devrait rester le même
- Je ne sais pas / je ne préfère pas répondre

Effets du COVID-19

39. Le Covid-19 a-t-il affecté la capacité de votre organisation à atteindre et/ou à servir ses bénéficiaires ?

- Oui, merci de nous indiquer comment : _____
- Non
- Je ne sais pas / je ne préfère pas répondre

40. Avez-vous adapté votre business model pour répondre à l'urgence sanitaire COVID-19 ?

- Oui, merci de nous indiquer comment : _____
- Non
- Je ne sais pas / je ne préfère pas répondre

41. Avez-vous été contraint de licencier définitivement du personnel à cause du covid 19 ?

- Oui, si oui, combien d'employés avez-vous du licencier ?
 - 0-5
 - 6-10
 - 11-20
 - 21-49
 - 50 et plus
- Non, mais nous avons eu recours à réduction des horaires de travail
- Non, mais nous avons eu recours au travail à temps partiel
- Non, mais nous avons eu recours à un transfert de personnel vers d'autres activités

- Non, nous avons conservé tout le personnel pour le moment
- Non, mais nous attendons à devoir licencier du personnel de façon permanente dans les 3 prochains mois.
- Autre, veuillez préciser _____
- Je ne sais pas / je ne préfère pas répondre

42. De quel soutien avez-vous besoin en ce moment ?

- Recevoir des conseils et orientations sur la façon de gérer votre entreprise pendant COVID-19
- Vous mettre en relation avec des financeurs susceptibles d'aider votre entreprise sociale.
- Organiser des webinaires sur une série de sujets pratiques (par exemple, le travail en ligne, les assurances, le financement des prêts, etc.)
- Vous mettre en relation avec du personnel temporaire/bénévole
- Vous mettre en relation avec des offres de soutien autre que financier (en nature)
- Autre, veuillez préciser _____
- Je ne sais pas / je ne préfère pas répondre

43. Accepteriez-vous d'être contacté à nouveau par nos partenaires dans le cadre de ce projet ?

- Oui
- Non

44. Acceptez-vous de nous aider à partager cette enquête en l'envoyant à 5 personnes ?

- Oui
 - Si Oui, merci de nous fournir leur adresse mail : _____
 - Je leur enverrai le questionnaire moi même
- Non

Annexe 3 : Questions du sondage étudiant

1. Etes vous :

- Un étudiant qui s'intéresse à l'économie sociale
- Un académicien enseignant/chercheur en économie sociale
- Autre, veuillez préciser _____

2. Où se trouve votre université ?

- Adrar
- Chlef
- Laghouat
- Oum El Bouaghi
- Batna
- Béjaïa
- Biskra
- Béchar
- Blida
- Bouira
- Tamanrasset
- Tébessa
- Tlemcen
- Tiaret
- Tizi Ouzou
- Alger
- Djelfa
- Jijel
- Sétif
- Saïda
- Skikda
- Sidi Bel Abbès
- Annaba
- Guelma

- Constantine
- Médéa
- Mostaganem
- M'sila
- Mascara
- Ouargla
- El Bayadh
- Illizi
- Bordj Bou Arreridj
- Boumerdès
- El Tarf
- Tindouf
- Tissemsilt
- El Oued
- Khenchla
- Souk Ahras
- Tipaza
- Mila
- Aïn Defla
- Naâma
- Aïn Témouchent
- Ghardaïa
- Relizane

3. Quel est votre niveau scolaire ?

- Master et doctorat
- Licence

4. Etes vous :

- Homme
- Femme
- Je préfère ne pas répondre

5. Avez-vous entendu parler du concept d' « entreprise sociale » ?

- Oui, si oui, ou avez-vous entendu parler de ce concept : _____
- Non

6. Selon vous, quelles sont les principes fondamentaux qui définissent une entreprise sociale en Algérie ?

- Une entreprise sociale doit avoir une existence sociale (Immatriculation au registre de commerce)
- Une entreprise sociale doit être gérée de façon démocratique et participative.
- Une entreprise sociale doit avoir une activité commerciale; elle vend des biens et services en contrepartie de l'argent.
- Une entreprise sociale doit être indépendante de l'Etat.
- Une entreprise sociale doit avoir un impact positif sur la société, l'environnement ou la communauté.
- Une entreprise sociale doit avoir des règles claires sur sa façon de redistribuer ses bénéfices.
- Autre, veuillez préciser _____

7. Etes-vous intéressé par l'économie sociale ?

- Oui
- Non

8. Comment avez-vous été amené à vous intéresser à l'économie sociale ?

- Recherche académique
- Pendant les cours
- A travers les Maisons de l'entrepreneuriat
- Pendant mon temps libre
- A travers les réseaux sociaux
- Pendant un évènement, un séminaire, une conférence
- A la télévision/ la Radio
- Autre, veuillez préciser: _____

8. Avez-vous un projet de création d'une entreprise sociale ou êtes-vous impliqué dans une organisation/ projet avec un impact social ?

- Oui, j'ai créé ma propre entreprise sociale.
- Je vais créer mon entreprise sociale dans un futur proche
- Je suis impliqué dans une organisation/projet qui a un impact social positif (association, fondation, etc.)
- Non, je ne veux pas créer une entreprise sociale
- Autre, veuillez préciser _____

9. Pensez-vous que le secteur de l'éducation doit avoir un rôle dans le développement de l'économie sociale ?

- Oui
- Non

10. D'après vous, quel support doit fournir le secteur de l'éducation au développement du secteur de l'économie sociale ?

- Les universités doivent créer des programmes académiques spécifiques pour enseigner aux étudiants l'économie sociale (par exemple : une licence en économie sociale)
- Les universités doivent inclure l'enseignement de l'économie sociale dans le cursus existant
- L'enseignement de l'économie sociale doit être facultatif et de plein gré.
- Les universités ne doivent pas s'impliquer dans l'enseignement de l'économie sociale
- Les universités doivent organiser des évènements pour sensibiliser à l'économie sociale
- Autre, veuillez préciser _____

11. Voulez-vous être contacté de nouveau par l'un des partenaires de ce projet ?

- Oui
- Non

12. Acceptez-vous de nous aider à partager cette enquête en l'envoyant à 5 personnes ?

- Oui, si oui :
 - Merci de nous fournir leur adresse mail : _____
 - Je leur enverrai le questionnaire moi même
- Non

Photographie: © Mat Wright
Page 25 : ©Discover Ghardaia

Pour en savoir plus sur notre travail de soutien aux entreprises sociales, consultez le site suivant
<https://www.britishcouncil.org/society/social-enterprise>

© British Council
Le British Council est l'organisation internationale du Royaume-Uni pour les relations culturelles et les opportunités éducatives. .