LA POLITIQUE DE DÉVELOPPEMENT DES RESSOURCES HUMAINES MISE EN CAUSE

Instabilité du marché du travail en Algérie

L'absence d'une politique de développement des ressources humaines (RH) au sein des entreprises a créé une véritable instabilité du marché du travail en Algérie. Cette instabilité est accentuée par la rareté des profils recherchés et la méconnaissance des spécificités du contexte algérien.

Lyès Menacer - Alger (Le Soir) - «Environ 51% des cadres algériens travaillant dans les entreprises multinationales envisagent de changer de boîte en moins d'un an après leur recrutement et 6% seulement pensent y rester pendant 2 à 3 ans et au même poste», a révélé une enquête réalisée en 2007 par un bureau d'études français auprès d'un échantillon de 400 cadres algériens travaillant pour le compte d'entreprises multinationales.

«12% seulement se voient rester dans la même entreprise et dans la même fonction, et 31% dans la même entreprise mais dans une fonction différente», apprend-on encore du commanditaire de cette enquête, M. Samir Toumi, directeur général de Team Consulting International, un bureau d'études algérien spécialisé en ressources humaines.

Près d'un tiers des cadres interrogés expriment un décalage entre le poste occupé et celui décrit dans le document d'embauche. 46% n'ont pas bénéficié de formation au sein de l'entreprise et 56% n'ont pas eu d'information sur les évolutions de carrière possibles. Mais M. Toumi affirme qu'«en réalité, la première motivation de cette instabilité est la course au salaire, citée chez 29% des cadres interrogés, devant les perspectives d'évolution (27%) et devant le dynamisme de l'entreprise (23%)».

Les chiffres présentés par l'enquête sont très significatifs d'une économie émergente, marquée par une quasi inexistence d'une politique prenant en charge le volet RH, ajoute notre interlocuteur.

L'installation massive des entreprises multinationales, depuis le début de l'année 2000, et la rareté des profils recherchés expliquent en partie l'instabilité de ces cadres qui cherchent un meilleur salaire et plus de perspectives d'évolution.

Cette tension exercée sur les compétences et sur certains secteurs d'activité économique a contraint ainsi les patrons de certaines boîtes multinationales à se rabattre sur les nouveaux diplômés, fraîchement sortis des grands instituts de formation algériens.

Le problème reste toutefois posé en raison surtout de «l'obsession de certaines entreprises à chercher le bon profil, de la politique des RH qui se résume au recrutement et à l'élaboration de la partie salariale du business plan», précise l'étude. Par ailleurs, 43% des cadres interrogés se disent peu satisfaits du management de l'entreprise. La question du management et du marketing a, en effet, été occultée pendant plusieurs décennies.

Le contexte économique mondial a obligé l'Algérie à se mettre à niveau en matière de formation de cadres spécialisés dans ces deux domaines. Mais cet effort se limite, pour le moment, à certains instituts et écoles de formation qui ont choisi d'aller à la rencontre du monde entrepreunarial.

L'exemple de l'Institut national du commerce (INC) de Ben-Aknoun à Alger est plus qu'illustratif. Ces nouveaux diplômés, dont le nombre est d'environ 400 chaque année, sont facilement embauchés par les entreprises qui leur inculquent leur propre culture managériale dès le départ, a déclaré M. Saâdi, directeur de cet établissement. Ces étudiants sont souvent repérés durant leur période de stages pratiques, a-t-il ajouté.

Rapprocher l'université du monde du travail

«Il faut opérer un rapprochement entre les institutions de formation et le monde du travail», a suggéré M. Belkhiri, un des responsables du Centre de carrière, créé dans le cadre d'un partenariat entre l'INC et l'Institut Davidson de l'Université du Michigan des Etats-Unis d'Amérique. La synergie existante entre le monde de la formation et celui du travail demeure toutefois au stade embryonnaire, a-t-on regretté.

Les entreprises ne disposent pas ou presque de suffisamment d'informations sur les institutions de formation, restées distantes du marché du travail en Algérie. Les agences locales de l'emploi ne disposent pas, elles aussi, d'information concernant ces institutions et susceptibles de faciliter l'installation des entreprises étrangères dans certaines régions du pays.

Les universités algériennes n'ont pas jugé nécessaire la création d'une structure chargée de la relation université-entreprises, permettant aux étudiants d'être embauchés après l'achèvement de leur cursus. Ce sont surtout les régions de l'intérieur du pays qui en souffrent le plus, a-t-on indiqué. «Il faut plus de flexibilité dans le système éducatif et une nouvelle approche de la formation universitaire qui doit s'adapter aux besoins du marché du travail», a affirmé M. Saâdi, directeur de l'INC en marge du deuxième Forum de recrutement Jincent 2008, organisé hier dans cet établissement.

Ce forum, qui s'achève aujourd'hui, a vu la participation de 32 entreprises nationales et étrangères, venues à la rencontre des étudiants de l'INC et des différentes universités d'Alger pour les besoins d'un entretien et d'un éventuel recrutement sur place.

L. M.

LA CRÉATION D'ENTREPRISES RESTE FAIBLE EN ALGÉRIE

Les dispositifs de soutien publics doivent être repensés

Les dispositifs de soutien publics à la création d'entreprises doivent être repensés. D'autant que le rythme de création d'entreprises est très faible en Algérie (seulement 15 à 20 000 créations par an) et qu'il ne s'agit pas de transformer un chômeur en chômeur endetté.

Chérif Bennaceur - Alger (Le Soir)- La cinquième édition du Salon international du recrutement et des ressources humaines en Algérie (SIRRHA) se déroule au Palais des expositions (Pins-Maritimes) à Alger depuis vendredi dernier et sera clôturée aujourd'hui.

En marge de cette manifestation, le magazine *Economia* a organisé hier une table ronde sur la création d'entreprises en Algérie. A ce propos, un consultant, Ali Harbi, a indiqué que le solde net de création d'entreprises dans l'année est de l'ordre de 15 à 20 000. Un résultat positif, certes, mais qui ne prend pas cependant en compte les décès d'entreprises.

A ce propos, Ali Harbi a indiqué que 50 à 70% des entreprises nouvelles «meurent» dans la première année de leur activité. Comme ce résultat ne prend pas aussi en considération les arrêts d'exploitation et les entreprises qui n'ont pas entrepris les procédures de radiation. Pour ce consultant, ce rythme très faible ne permet pas d'espérer la concrétisation de l'objectif de créer un million de petites et moyennes entreprises à moyen terme. D'où la nécessité, selon l'invité d'*Economia*, de booster le rythme de création.

Autre indication avancée par ce consultant, sur les 17 000 créations d'entreprises, effectives en fin de cycle et transfert réel d'actifs, par les salariés d'entreprises dissoutes, seulement 200 entreprises ont été réellement identifiées. Dans ce contexte, les dispositifs publics de soutien et facilitation à la la création d'entreprises (Ansej pour les jeunes promoteurs et chômeurs, Cnac pour les chômeurs âgés de 35 à 50 ans et l'Angem pour les personnes sans revenus, les femmes au foyer...) doivent être repensés. Des dispositifs dont les actuels responsables ont malheureusement marqué de leur absence le déroulement de cette table ronde. Cela étant, pour un autre consultant et ancien directeur général de la Caisse nationale d'assurance-chômage (Cnac), Mahrez Aït-Belkacem, les missions des ces dispositifs, «généreux» et conçus pour améliorer la situation des exclus bancaires, ont été «surdéterminées».

Relevant notamment que le métier de conseiller à l'emploi n'existe plus dans notre pays et que les systèmes d'accompagnement (coaching, tutorat, mécennat, pépinières et incubateurs...) sont balbutiants pour ne pas dire également inexistants, l'ancien premier responsable de la Cnac a estimé qu'il «y a du travail à faire» en matière de création d'entreprises.

Pour Mahrez Aït-Belkacem, il ne s'agit pas uniquement d'«injecter de l'argent» car c'est loin d'être suffisant et loin d'être rentable financièrement. Usant d'une boutade, l'ancien DG de la Cnac a estimé qu'«il ne s'agit pas de transformer un chômeur en chômeur endetté» même si le promoteur doit être «bancable» au regard des banques et son projet sujet à la fragilité pendant les cinq premières années d'activité.

En ce sens, Mahrez Aït-Belkacem rejoint l'avis exprimé par le nouveau chef du gouvernement (Ahmed Ouyahia) à propos du dispositif de l'Ansej qui «s'est essouflé», non faute aux banques. De même que ce consultant a relevé l'absence d'une bourse des idées de création d'entreprises, la méconnaissance des catégories de population cibles pour ces divers dispositifs.. Et de recommander une évaluation exacte des dispositifs en termes de coût et d'impact sur la création effective d'entreprises. Comme il s'agit, suggère-t-il, pour l'Etat de développer un Small Business Act à l'algérienne, en réservant un pourcentage plus ou moins important de marchés publics aux moyennes, petites et très petites entreprises.

C. B.

LE PROGRAMME D'AIDE AUX EXPORTATIONS OPTIMEXPORT LANCÉ HIER

Les entreprises algériennes ne savent pas vendre

Les chefs d'entreprise algériens ont les compétences requises pour mettre sur le marché un produit de qualité, mais ils ne savent pas le vendre, notamment sur le marché extérieur. Pour connaître les raisons et les faiblesses de l'absence du label algérien sur le marché mondial, un séminaire a été organisé, hier à la bibliothèque d'El Hamma, par Optimexport Algérie, un programme préparé par le ministère du Commerce en étroite collaboration avec l'Agence nationale des exportations (Algex) et l'Agence française de développement et qui a pour objectif de renforcer les capacités exportatrices des PME algériennes.

Rosa Mansouri - Alger (Le Soir) - Les exportations hors hydrocarbures en Algérie occupent ainsi la 82e place sur le marché mondial, se classant loin derrière ses concurrents de la région du Maghreb, la Tunisie et le Maroc.

La valeur de ces exportations ne dépasse pas le 1,3 milliard de dollars. Un chiffre en deçà des attentes des pouvoirs publics et des chefs d'entreprise eux-mêmes qui aspirent à arracher une place sur un marché extérieur en plein expansion.

Il y a effectivement matière à creuser pour comprendre comment la Tunisie est placée en première position dans l'exportation des dattes et que la datte algérienne, dont la qualité n'est plus à prouver, peine toujours à trouver acheteur. Selon le président de l'Association nationale des exportateurs, M. Benslim, les exportations hors hydrocarbures sont confrontées à des facteurs indépendants des entreprises, notamment les réticences des banques à financer des programmes d'exportation des entreprises. «Les pouvoirs publics doivent aider les entreprises à exporter par des facilitations telles que la bonification des taux d'intérêt à l'export», a plaidé M. Benslim, convaincu des capacités des entreprises algériennes à relever ce défi, si elles sont accompagnées. Notre interlocuteur ne va pas sans s'interroger sur la suite donnée par les pouvoirs publics au Conseil national consultatif pour la promotion des exportations hors hydrocarbures, installé en 2004 mais qui n'a pas vu le jour à cette date. M. Benslim estime que ce Conseil devait être un espace de prédilection dans lequel les exportateurs échangeront et débattront de leurs problèmes. On notera également parmi ces derniers, le manque d'organisation du marché local et l'absence de mise à niveau des PME/ PMI.

Revenant, par ailleurs, au programme de Optimexport, le chef du projet, M. Marc Martinant, affiche un optimisme quant à l'adhésion à ce programme des entreprises déjà exportatrices ou motivées pour le faire. Celles-ci trouveront durant deux ans, un accompagnement dans toutes leurs démarches, à commencer par la récolte et la diffusion de l'information et l'amélioration de la performance des entreprises par des sessions de formation. Les entreprises bénéficieront également d'un appui personnalisé si elles le demandent afin qu'elles puissent identifier puis remédier à leurs insuffisances.

M. Martinant a profité de cette journée d'information pour inviter les exportateurs à solliciter un accompagnement de leur mission exportatrice. Pour cette phase-pilote, une quarantaine d'entreprises sont déjà inscrites et des sessions de formation sont lancées à leur profit.

R. M.

FORMATION DES JEUNES CHEFS D'ENTREPRISE

Sortie de la 3e promotion de la CACI

27 jeunes chefs d'entreprise ont reçu hier leur diplôme sanctionnant cinq mois de formation aux différents aspects de la gestion et du management. La cérémonie de remise des distinctions s'est déroulée, hier, au siège de la Chambre algérienne de commerce et d'industrie (CACI).

La formation entre dans le cadre du partenariat établi entre la CACI et la Chambre de commerce et d'industrie de Marseille-Provence Alpes Côte-d'Azur (PACA). Cette troisième promotion a concerné des jeunes patrons à la tête d'entreprises créées dans le cadre du dispositif Ansej. La formation financée intégralement par la partie française s'est étalée sur 5 mois et a porté sur plusieurs modules ayant trait à la gestion de l'entreprise, tels que la comptabilité, la fiscalité et le management notamment.

Dans son programme de formation, en collaboration avec son homologue de la région PACA, la CACI table sur l'organisation de deux sessions de formation chaque année au profit des jeunes chefs d'entreprise.

Lotfi Mérad