

Sous l'égide de l'Union européenne

DiaMed, pour inciter la diaspora maghrébine à rentrer chez elle

Comment inciter la diaspora maghrébine à investir dans ses pays d'origine ? Tel est le challenge que se pose le projet DiaMed, lancé par six partenaires des deux rives de la Méditerranée révélé hier lors d'une conférence à l'hôtel Aurassi par ses promoteurs.

PAR MOKRANE BELKACEM

Doté d'un budget de 2,3 millions d'euros sur trois ans, dont 80 % sont financés par l'Union européenne, le projet se propose d'accompagner et d'aider les entrepreneurs d'Outre-mer issus de l'immigration à profiter des potentialités d'investissements qu'offrent les pays de la rive Sud. Pour cela, il s'appuie sur la combinaison des capacités innovantes du Nord et du Sud et des opportunités d'investissements au Sud comme levier économique. Les principaux moteurs du projet sont, selon les animateurs de la conférence, l'engagement des acteurs institutionnels et économiques locaux, l'implication des diasporas, la valorisation des jeunes diplômés du Maghreb et la promotion de l'esprit d'entreprise et la circulation des compétences. S'étalant sur trois ans, il s'articule autour de cinq axes majeurs qui sont le renforcement de la professionnalisation des acteurs locaux d'appui à la création d'activité, l'encouragement et l'accompagnement des diasporas des pays du Maghreb à

entreprendre dans leur pays d'origine, le coaching des jeunes entrepreneurs du Maghreb à améliorer leur visibilité et à développer leur expérience pour structurer un projet à dimension internationale, le renforcement des capacités des entrepreneurs dans les domaines des technologies vertes et la formation des jeunes diplômés maghrébins de l'enseignement supérieur au management des entreprises innovantes et leur faire découvrir les TPE, PME et PMI. L'idée de ce projet est venue, selon Guy Guistini, président de l'Association pour le développement de l'enseignement et de la recherche Méditerranée, d'une expérience similaire réalisée auparavant dans le sud de la France. « Nous nous sommes adressés aux Français installés dans la Silicone Valley pour les inciter à venir s'installer en France, en leur disant que nous avions besoin d'avoir les compétences qu'ils ont développées, et nous leur avons demandé de quoi ils avaient besoin pour s'installer en France, et nous avons été surpris par le succès de ce programme. »



Aussi, fait-il savoir, « il y a eu des enquêtes qui étaient faites auprès de la diaspora de ces pays qui, voyant les difficultés d'intégration économique qui existent en France, se disait pourquoi ne pas essayer de l'autre côté ? ». Reste, par la suite, à assurer la pérennité de ces entreprises et des emplois créés dans leur sillage, ce qui demande, selon notre interlocuteur, « une sélection d'un certain nombre de secteurs d'activité où la demande est très forte et un travail conséquent pour aider des gens à positionner des produits qui répondent aux normes sur les marchés européens ». De son côté, Mohamed Kamel Osmane, de Médafo Consulting, a souligné lors de son intervention que « les énormes potentialités qu'offrent les pays de la rive sud de la Méditerranée peu-

vent être assez attrayantes pour la diaspora ». Cependant, souligne-t-il, et c'est l'objectif de ce programme, « il faudrait les convaincre et trouver des réponses à leurs préoccupations relatives aux financements et aux formalités administratives. Et c'est ce que nous essayons de faire à travers le dialogue avec les pouvoirs publics en charge de ces questions ». Concrètement, ce programme va se réaliser en deux phases, d'abord, « faire un effort de communication envers cette diaspora pour les inciter à venir, leur donner de l'enthousiasme et promouvoir le marché maghrébin et les opportunités qu'il offre, ensuite, les accompagner dans leurs démarches et être en quelque sorte leur interface vis-à-vis des difficultés qu'ils peuvent rencontrer ».

ENTRETIEN

Aziz Nafa, expert en économie, doctorant à Marseille et chercheur au Cread

« Un potentiel humain à but productif »

Reporters : *Que pensez-vous de cette rencontre ?*

Aziz Nafa : Il s'agit d'initiatives des réseaux diasporiques avec le pays d'origine. Ils viennent avec des associations. Ils sont dotés d'un potentiel humain à but productif. Il s'agit bel et bien d'un apport en matière de valeur ajoutée et d'innovation. La spécificité de cet apport est qu'il est imprégné de connaissances acquises ailleurs et d'un savoir-faire. Cela s'inscrit, à mon avis, dans la continuité d'une démarche initiée à Alger, ces dernières années, dont le but est de diversifier notre économie en ayant recours, entre autres, au savoir-faire de nos compatriotes établis à l'étranger pour établir et asseoir un développement durable, plutôt que de recourir systématiquement aux IDE et aux multinationales. Pris sous cet aspect, l'on retrouve une similitude avec le modus operandi des pays émergents, qui,

pour être arrivés à ce stade de développement durable, ont eu recours au savoir-faire de leur diaspora. S'agissant de la démarche du réseau diasporique algérien, il s'inscrit dans une logique patriotique. Du côté français, l'on a vu cela avec les réseaux Aida, Riage et Acim.

Selon vous, quels en sont les principaux enjeux ?

Ils s'inscrivent dans l'objectif d'une politique de développement dans le long terme, avec, en prime, un transfert de compétence et de savoir-faire. En agissant comme tel, dans le développement durable, cette diaspora va engendrer de nouvelles organisations de travail. A ce jour, en Algérie, l'on a remarqué que cette organisation est de type traditionnel, c'est-à-dire familial ; aujourd'hui, elle montre ses limites. Le rôle de la diaspora est justement de faire bouger les choses, dont la conversion

de cette organisation, de type plutôt verticale, vers une autre, nouvelle, horizontale, en l'occurrence.

Et sur la règle des 49/51 ?

Sur le sujet, je pense qu'au niveau politique, il y a une prise de conscience de ne pas traiter sur un pied d'égalité l'Algérie établie à l'étranger qui vient investir en Algérie dans des projets non industriels et l'étranger. C'est une véritable problématique, à charge des pouvoirs publics concernés de se pencher sur l'intérêt des projets proposés par le réseau diasporique, avec, à mon avis, une attention particulière pour la diaspora envers qui il est bénéfique de faire preuve de souplesse, au regard de son apport en matière de développement durable, d'industrie, de e-économie et enfin d'économie verte.

VERBATIM

Pierre Michiel, directeur d'Ader Méditerranée, spécialisée dans la réglementation européenne en matière de développement durable

« Aujourd'hui, du côté européen, la demande en produits naturels, dont l'exploitation des plantes dans différents domaines, est non négligeable. Notre rôle est d'accompagner les PME porteuses de projets ayant trait à ce marché et, globalement, au développement durable. Pour qu'il y ait rentabilité dans ce marché, notre rôle est de veiller à l'application et/ou au respect des normes européennes, dont les plus appropriées sont les normes Reach et CLP. L'objectif étant de maîtriser l'ensemble de ces substances et donc les risques de leur usage. »

Abdelhak Marsli, secrétaire général de la Fondation création d'entreprises (FCE) au Maroc

« En tant qu'espace d'échange et de dialogue de la diaspora maghrébine avec le Maghreb, il permet de fluidifier les échanges entre les deux parties, pour, in fine, créer des entreprises entre les deux rives, et, ce qui me paraît le plus important et le plus ardu, pérenniser ces exploitations. Vu sous le prisme économique, le marché est intéressant. Au Maroc, la diaspora génère 5 milliards d'euros. Ramené à l'échelle régionale, donc maghrébine, cet apport pour les pays concernés peut augmenter et apporter de la valeur ajoutée. »