



Université Abderrahmane MIRABejaia

Faculté des Sciences Economique, Commerciales et des sciences de Gestion

Département des sciences commerciales

Mémoires préparé pour l'obtention du diplôme de Master

Option : Finance et Commerce International

Thème

Les exportations hors hydrocarbures dans le secteur

Agro-alimentaire : cas de la wilaya de Bejaia

Réalisé par :

Gherbi Kahina

Encadré par :

Louiba. H

Année universitaire 2019-2020

Remerciements

*Tout d'abord, nous tenons à exprimer nos remerciements au « **Bon Dieu** ».*

« Le Généreux qui a enseigné à l'homme ce qu'il ne savait pas »

De nous avoir donné la volonté, la patience, la force, la foi et le courage pour réaliser ce travail. Merci Allah de nous avoir appris, protégées, guidées tout au long de notre vie.

*Nous tenons à remercier chaleureusement notre promotrice **M^{me} LOUIBA**, qui nous a inculqué une grande confiance et nous a orientées dans le bon sens quant à l'élaboration de ce projet...*

Nous remercions les membres du jury pour nous avoir fait le grand honneur d'examiner et de juger ce travail.

*Nous remercions nos très chers parents qui sont notre exemple de la réussite, que nous aimons tant et respectons, pour les précieux conseils, l'amour, la tendresse, la force qu'ils nous ont données, que **Dieu** vous protège et vous prête tous une longue et heureuse vie.*

*Nous tenons à remercier **Mr Baar Abdelhamid** chef département des sciences commerciales.*

*Nous tenons à exprimer nos profondes reconnaissances et gratitude aux enseignants de Master science commerciale ainsi qu'au responsable de la spécialité **M^r ABBACI**.*

Mes remerciements distingués aux cadres dirigeants des entreprises agro-alimentaires de la wilaya de Bejaïa qui ont bien voulu participer et répondre aux questionnaires, sans lesquels ce travail aurait été impossible à réaliser.

Enfin Dans le souci de n'oublier personne, qu'il trouve ici dans ces lignes l'expression de notre gratitude.

Merci...

Dédicaces

Avec l'aide du tout Puissant, je pu réaliser ce modeste travail que je dédie à:

Mes chers parents, pour tout votre amour, votre soutien et votre stimulante fierté. Les mots sont faibles pour exprimer la force de mes sentiments et la reconnaissance que je vous porte.

Mes très chers parents aucune dédicace ne saurait exprimer mon grand amour, mon estime et ma profonde affection. Je ne saurais vous remercier pour tout ce que vous avez fait pour moi, et ce que vous faites jusqu'à présent.

« Que Dieu vous garde et vous accorde une longue vie ».

A mes chers frères et sœurs, en témoignage d'un amour spécial et de leurs soutiens permanents au cours des études.

A mes chers amis(es), qui m'ont permis d'apprécier les opportunités qui m'étaient offertes et de surmonter les moments moins faciles de la vie.

A tous mes amis, à tous ceux qui m'ont aidé et soutenu, de près ou de loin.


Liste des abréviations

- **ALGEX** : Agence Algérien de Promotion de Commerce Extérieur.
- **ANEXEL**: Association Nationale des Exportation Algériennes.
- **ANDPME**: L'Agence Nationale de Développement de la PME
- **APCE**: L'Agence de Promotion du Commerce Extérieur
- **ANDI**: Agence Nationale de Développement de l'Investissement.
- **ASMEX**: Association Marocaine des exportateurs
- **BADR**: La banque algérienne du développement rural
- **BNA**: La banque nationale algérienne
- **BEA**: La banque extérieure algérienne
- **BDL** : La banque de développement local
- **CACI** : Chambre Algérienne de Commerce et Industrie
- **CAGEX** : Compagnie d'Assurance et de Garantie des Exportations.
- **CAAR** : La compagnie algérienne d'assurance et de la réassurance
- **CAAT** : La compagnie algérienne des assurances et du transport
- **CCR** : La compagnie centrale de réassurance
- **CNMA** : Caisse nationale de mutualité agricole
- **CNIS** : Centre National des Informations et des Statistiques
- **CPA** : Le crédit populaire algérien
- **E** : Exportation
- **EURL** : Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limité.
- **FSPE** : Fonds Spécial de Promotions des Exportations
- **FPCI** : Fonds de Promotion de la Compétitivité industrielle
- **HH** : Hors Hydrocarbure.
- **IAA** : Industrie Agroalimentaire
- **GE** : Grandes Entreprises
- **ME** : Moyen d'entreprise
- **NAED** : NorthAfrica Entreprise Développement
- **OCDE** : Organisation de Coopération et de Développement Economique
- **ONAFEX** : Office National Algérien des Foires et Expositions
- **ONS**: Office National des statistiques
- **ONUUDI** : Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel
- **PME** : Petite et Moyenne Entreprise. R&D : Recherche et Développement. SARL : Société à Responsabilité Limité.
- **PRCA** : programme de renforcement des capacités exportatrices ou potentiellement exportatrices des entreprises algériennes
- **PSRE** : Plan de Soutien à la Relance Economique
- **PCSC** : Plan Complémentaire de Soutien de la Croissance
- **PDQ** : Plan de Développement Quinquennal
- **PQDES** : Plan Quinquennal de Développement Economique et Social
- **SAFEX** : Sociétés Algériennes des Foires et Expositions
- **SARL** : Société à Responsabilité Limité
- **SNC** : Société en Nom Collectif
- **SPA** : Société par Actions
- **S F I** : Société Financière Internationale
- **UE** : Union Européen.
- **Z.A.C** : Zone d'Activité
- **Z.I** : Zone Industriel

Sommaire

Remerciement.....	I
Dédicaces.....	II
Listedesabréviations	III
Introduction générale.....	1
Chapitre 01 : les exportations hors hydrocarbures en Algérie	4
Introduction	4
Section 01 : Le commerce extérieur en Algérie	4
1.1 Définition du commerce extérieur.....	5
1.2 Différents types de commerce extérieur.....	5
1.3 Historique et évolution du commerce extérieur	6
1.4 La structure des exportations hors-hydrocarbures par produit	11
1.5 La structure des exportations par régions économiques.....	13
1.6 La place d’hydrocarbures algérienne dans le marché mondial	14
Section02: exportation hors hydrocarbures en Algérie	16
2.1 Définition de l’activité d’exportation	16
2.2 Constat et évaluation	16
2.3 Les programme de mise à niveau pour les PME	23
Conclusion.....	24
Chapitre 02 : le secteur agroalimentaire en Algérie	26
Introduction	26
Section 01 : les industries agroalimentaires en Algérie globalement.....	26
1.1 place des IAA en Algérie	26
1.2 Présentation de l’industrie agroalimentaire	27
1.3 La genèse de l’industrie agroalimentaire en Algérie.....	29
1.4 Le poids de l’industrie agroalimentaire dans l’économie nationale.....	39
1.5 Aperçu global sur la filière agroalimentaire en Algérie	44
1.6 DEVELOPPEMENT DE L’AGROALIMENTAIRE EN ALGERIE.....	46
Section02: La présentation de l’industrie agroalimentaire à Bejaia	47
2.1 Le secteur d’industrie agroalimentaire dans la wilaya de Bejaia	47
2.2 Les entreprises agroalimentaires exportatrices dans la wilaya de Bejaia.....	48
Conclusion.....	50
Chapitre 03 :Exportations de la filière Agro-alimentaire de Bejaïa : Résultats de l’enquête...	52

Introduction	52
Section 01 : Les données essentielles du territoire d'étude	52
1.1 La présentation de la wilaya de Bejaia	52
1.2 L'économie de la wilaya	52
1.3 Aspect administratif	54
1.4 Ressources naturelles (secteurs porteurs).....	58
1.5 Infrastructure de base	58
1.6 Industries agroalimentaires.....	59
1.7 Bejaia se classe 3e en terme de nombre de PME	60
1.8 Présentation du secteur des PME au niveau de la wilaya Bejaia	60
Section02: La démarche méthodologique de l'enquête de terrain	63
2.1 La présentation de l'enquête de terrain	63
2.2 Objectif et méthodologie de l'enquête du terrain	64
2.3 Déroulement de l'enquête	65
2.4 Le questionnaire	66
2.5 Les limites de l'enquête.....	66
Section03: Analyse et interprétation des résultats de l'enquête	66
3.1 Caractéristiques des PME enquêtées	66
3.2 Les informations générales et profil des entreprises enquêtées.....	68
3.3 La branche d'activité	72
3.4 Les informations essentielles sur les exportations.....	79
Conclusion.....	105
Conclusion générale	106
Bibliographie	109
Liste des tableaux	112
Liste des graphes et figures	114
Annexes	115
Table des matières	127



Introduction
générale

Introduction générale

Depuis l'indépendance à nos jours, l'examen de la structure du commerce extérieur Algérien, fait ressortir la faible part détenue par le secteur hors hydrocarbures dans le volume global des exportations. Ceci reflète l'énorme dépendance de l'économie nationale vis-à-vis de ressources énergétiques non renouvelables, dont les fluctuations des cours internationaux ont des conséquences néfastes sur l'équilibre macro-économique à moyen et à long terme.

A l'heure où les échanges internationaux connaissent une croissance spectaculaire, profitant de la mise en place d'un cadre institutionnel favorable et d'un abaissement conséquent de la protection douanière et des frais de transport, il est devenu indispensable pour l'Algérie de penser à diversifier ses exportations.

L'importance de commerce extérieur varie en fonction des pays. Certains pays exportent pour élargir leur marché, ou pour aider certains secteurs de leurs industries ; d'autres sont largement dépendant des échanges internationaux qui jouent un rôle majeur dans la création des richesses entre les pays pour l'approvisionnement aux biens destinés à la consommation immédiate ou pour leurs revenus en devises. D'autres pays aussi participent au commerce infranational pour bénéficier des coûts de reviens plus compétitifs en matière premières, main d'œuvre et fiscalité.

Actuellement, j'ai constaté que tous les pays de monde donnent une importance aux échanges, et l'Algérie est l'un de ces pays qui suit ce courant de mondialisation, et qui s'engage dans l'ouverture aux marchés étrangers. Dans cette optique, l'intégration de l'Algérie à l'économie mondiale s'est faite à travers deux processus à savoir : l'ouverture de son commerce extérieur et son engagement dans le cadre des accords commerciaux internationaux tels que : l'accord d'association avec l'union européenne, les accords bilatéraux avec les pays arabes et le système généralisé de préférence commerciale avec les USA.

Ces derniers temps, les pouvoirs publics algériens se sont rendu compte de l'importance du secteur agroalimentaire, et ils ont concentré d'importants efforts dans l'industrie de ce secteur afin de répondre à la fois aux objectifs de croissance économique globale et de sécurité alimentaire des populations.

L'Algérie a depuis toujours considéré ses exportations hydrocarbures comme principale source de revenu, en effet, elle exporte de produits manufacturés agricoles ou agro-alimentaires, ses exportations hors hydrocarbures sont constituées essentiellement de produits bruts et de produits dérivés de pétrole, ils représentent que 2% à 3% des exportations globales¹. Avec la chute des prix du pétrole pendant ces trois dernières années, l'Algérie s'est retrouvée dans une situation perplexe et même embarrassante, le pays enregistre de plus en

plus des déficits au niveau de sa balance commerciale avec la favorisation totale des importations et l'occupation du secteur des hydrocarbures un pourcentage de 98% du total des exportations algériennes.

Le secteur agroalimentaire occupe une place principale dans l'économie des pays, de par la main d'œuvre qu'il emploie, la participation au PIB, les rentrées en devise qu'il génère chaque année, assure la sécurité alimentaire.

Notre travail s'inscrit dans la problématique des exportations hors hydrocarbures en Algérie.

Il s'agit précisément de répondre à cette question :

Quelles sont les risques et les obstacles qui entravent le développement des exportations hors hydrocarbures en Algérie notamment celles de l'industrie agroalimentaire ?

La réponse à la question principale posée ci-dessus nécessite de poser certaines questions de développement, à savoir :

- ✓ Quelle sont les raisons qui poussent l'entreprise à exporter ?
- ✓ Les dispositifs mis en place par le gouvernement sont-ils suffisants ?

Pour tenter de répondre à la problématique posée, j'ai basé mon réflexion sur les hypothèses suivantes :

H1 : Le risque de change représente l'obstacle majeur qui freine le développement des entreprises exportatrices.

H2 : l'aide de l'Etat aux entreprises exportatrices hors hydrocarbures reste insuffisante.

H3 : les produits locaux ne sont pas compétitifs.

Dans l'élaboration de ce travail, et afin d'apporter des réponses concrètes aux questions évoquées ci-dessus, nous avons tenté de répondre à la démarche méthodologique suivante :

Outre la recherche bibliographique et documentaire, ainsi que la collecte des données relatives au thème, et afin mieux cerner notre problématique, nous avons réalisé une enquête par questionnaire auprès des entreprises exportatrices du secteur agroalimentaire de la wilaya de Bejaia.

¹ www.ONS.dz, publié en 2016.



Chapitre I

Introduction

L'économie algérienne est totalement dépendante des hydrocarbures et de la fluctuation de leur prix contrairement aux exportations hors hydrocarbures qui restent marginale du total de nos exportations, même si une progression d'année en année.

Depuis le passage de l'économie algérienne à l'économie de marché dans les années 1990, plusieurs mesures de soutien en faveur des exportateurs algériennes a été mis en œuvre par le gouvernement pour enrichir le financement de l'économie nationale et pour assurer les meilleures conditions de son intégration dans le processus de mondialisation et d'échange avec le reste du monde. Parmi ces actions, il y a eu la création de différents organismes ayant pour but la promotion des exportations hors hydrocarbures.

L'activité d'exportation est une nécessité vitale pour l'Etat aujourd'hui, c'est un certificat de bonne santé qui se traduit par le maintien et le développement du pays à l'étranger. Elle permet de payer les importations et d'équilibrer la balance des transactions courantes.

Ce chapitre est composé de deux sections, fera l'objet d'étudier le cadre général des exportations hors hydrocarbures en Algérie. Dans la première section nous présentons le commerce extérieur en Algérie, ensuite dans la deuxième une aperçu sur les exportations hors hydrocarbures.

Section 1 : Le commerce extérieur en Algérie

Afin d'intégrer l'économie mondiale, l'Algérie a opté pour le processus de l'ouverture de son commerce extérieur et son engagement dans le cadre des accords commerciaux internationaux par des réformes économiques engagées par les pouvoirs publics. La libéralisation du commerce extérieur a été réalisée au cours des années 1990 par l'abolition du monopole de l'État sur le commerce extérieur, la levée de toutes les barrières non tarifaires, la simplification du tarif douanier en ramenant le nombre de taux des droits de douane à quatre (0 %, 5 %, 15 %, 30 %) et en réduisant le taux maximum à 60 % dans un premier temps au lieu de 100 % précédemment et à 30 % depuis 2002. Le commerce extérieur a trouvé son origine dans l'antiquité, mais l'essor de l'échange moderne apparaît vers la fin de la

seconde guerre mondiale, du fait de l'accroissement de la population et du développement des techniques de production et de financement.

Les exportations d'hydrocarbures représentent 97,21 % de la totalité des exportations algériennes, les exportations hors hydrocarbures n'ont atteint que 2,15 milliards de dollars en 2011, en progression de 41 % par rapport à l'année 2010. Les exportations hors hydrocarbures sont établies à 1,89 milliards de dollars en 2017, contre 1,8 milliards de dollars en 2016 et 1,97 milliard de dollars en 2015, demeurant toujours marginales par rapport aux exportations globales.

L'encouragement et le soutien à l'exportation hors hydrocarbures consacrés dans la stratégie économique du pays dans un souci d'équilibre de la dépense publique, n'ont pas donné de résultats satisfaisants. Les contraintes soulevées par les exportateurs restent toujours les mêmes telles que : entraves bureaucratiques, lenteurs et complexité des procédures douanières, un environnement bancaire qui n'est pas facile et un manque de logistique et d'infrastructures portuaires. Par dérision, ce phénomène est appelé « import-import » par les algériens.

1.1. Définition du commerce extérieur :

Le commerce extérieur est défini comme l'ensemble des flux d'exportations et d'importations de biens, services et des capitaux entre nations. Le terme « commerce international » désigne l'ensemble des échanges internationaux de biens et services². Les biens et services en provenance de l'étranger constituent les importations du pays, les biens et services vendus sur le marché étranger constituent les exportations du pays³. « Le commerce international désigne, alors, l'ensemble des biens et services échangés entre les différents pays de la planète. Les volumes échangés ont évolué au cours du temps ainsi que la structure des produits qui font le commerce international. Ce dernier est, en outre considéré comme un lieu d'affrontement, de suprématie⁴ économique nationale, que les nations de la planète ont souhaité encadrer. Le commerce international conduit à une interdépendance croissante de l'économie mondiale.

1.2. Différents types de commerce extérieur

Le commerce international comprend toutes les opérations sur le marché mondial. Il est l'organe regroupant les divers pays du monde, engagés dans la production des biens destinés aux marchés étrangers.

² RAPIN.A : « Cours de commerce », Edition DUNOD, Paris, 1966, p.3.

³ BEZBEKH.P et GHERARDI.S : « Dictionnaire de l'économie ». Edition DuleGamanal, 2003, P143

⁴ Suprématie : Supériorité, Domination, Prédominance.

De ce fait, le commerce extérieur comprend :

- **Le commerce de concentration** : qui consiste à assembler les petites productions locales ou régionales dans des comptoirs créés à cette fin, en quantités convenables pour être manipulés sur le marché mondial.
- **Le commerce de distribution** : consiste à se procurer les marchandises en très grandes quantités sur le marché mondial et à les emmagasiner pour les distribuer aux consommateurs sur le plan mondial.
- **Le commerce de transit** : n'est rien d'autre que la faculté accordé à un produit originaire du pays X et destiné à la consommation dans le pays Y, de traverser le pays Z sans acquitter les droits de douane.
- **Le commerce général** : qui est l'ensemble de commerce d'importation, d'exportation et de transit, du commerce spécial qui ne comprend que le commerce d'importation et le commerce d'exportation. Il ne comprend pas non plus le commerce en relation avec des zones franches et des entrepôts douaniers⁵ .

1.3. Historique et évolution du commerce extérieur

Le développement du commerce extérieur s'inscrit dans une perspective historique au sein de laquelle les politiques commerciales « libre échange et protectionnisme » ont réussi.

Le protectionnisme est utilisé dans des périodes de crises et de mutation par les pays en développement, afin d'isoler leurs activités économiques nationales contre la concurrence étrangère.

A l'opposé de cette politique, le libre échange qui est souvent utilisé par les pays développés, qui cherchent à se regrouper pour former des zones de libre-échange, qui lui permettent l'ouverture de leurs économies à l'échelle mondiale, en se protégeant de la concurrence des pays tiers.

1.3.1 Historique du commerce extérieur

A partir de XVI^e siècle, le commerce extérieur commença à se développer à grande échelle. La première recherche systématique est apparue à l'époque mercantiliste, elle prit d'abord l'aspect d'un ensemble de discussion qui porte sur la façon dont un pays devra organiser ses échanges.

1.3.1.1. L'origine du commerce extérieur

Anciennement, le commerce renvoie à une réalité où les rapports humains et les échanges économiques se déroulent essentiellement dans un cadre de voisinage géographique.

⁵ Organisation mondiale du commerce, « Tendance du commerce internationale », in : www.OMC.org, consulté le 20/02/2016

Par la suite, le commerce désigne l'activité qui fait circuler les marchandises, à plus ou moins longue distance et les propose à la vente sur les marchés ou les foires. Il implique des transactions passées d'individu à individu, agissant pour compte propre ou représentant un tiers ou une entreprise, ainsi que toutes opérations utiles à la concrétisation de l'échange.

1.3.1.2. Les grandes évolutions du commerce extérieur

Les principales évolutions se résument dans les points qui suivent :

1.3.1.2. I. L'apparition du commerce extérieur

Le XVIIIe siècle, est la période à partir de laquelle l'activité économique a commencé à se développer⁶.

1.3.1.2. I.1. Avant la révolution industrielle

Le commerce extérieur a connu plusieurs phases d'évolutions, à savoir :

➤ Des échanges limités jusqu'au XVIIIe siècle

Le commerce extérieur est peu développé et ne concerne qu'une part étroite des économies nationales (vin, sel, grains, épices, étoffes). Les moyens de communication entre pays sont rares et ne sont pas conservés. Ainsi les commerçants doivent régler de nombreuses taxes et autres droits de douanes. Durant cette période, la situation économique est, par ailleurs, peu favorable, car les économies nationales, qui sont basées sur le secteur agricole, n'arrivent pas toujours à satisfaire les besoins de leurs propres populations⁷.

➤ Naissance du commerce international au XVIIIe siècle

A partir du XVIIIe siècle l'échange moderne se généralise et le commerce extérieur se développe. Plusieurs ports connaissent à cette époque, grâce au commerce colonial et à la traite des esclaves noirs, une grande prospérité. Durant cette période, les marchés sont devenus de plus en plus larges, ce qui a provoqué l'accroissement de la production industrielle. Il y'avait l'introduction de nouveaux moyens d'échange et de paiement et la création de grandes compagnies par actions [Compagnie des mines d'Anzin, Fondations Royales du Creusot]⁸.

1.3.1.2.I.2. Après la Révolution industrielle

⁶ Informations tirées du site www.Foad-mooc;auf;org;dz, consulté le 19/03/2016

⁷ ALLAIN DEPPE M. « Marketing International », Université de Picardie, in : www.Foad-mooc;auf;org;dz, consulté le 19/03/2016.

⁸ Idem

➤ **Le protectionnisme du début du XIXe siècle**

La Révolution industrielle est un bouleversement qui touche à la fois l'industrie, l'agriculture, la population, les transports, le commerce. Elle a lieu d'abord à la fin du XVIIIe siècle en Grande-Bretagne et au début du XIXe siècle en France et en Allemagne, dans un climat protectionniste.

Ainsi, la Grande-Bretagne avait-elle institué des monopoles commerciaux (les Compagnies à chartes) et de navigation (les Actes de navigation britanniques) et mis en place une législation pour réguler

Le commerce des grains, protéger les propriétaires fonciers et encourager les exportations de blé par des primes [Corn Laws : lois protectionnistes concernant la production céréalière britannique].

En France, on trouve surtout des taxes sur les produits industriels et agricoles. En Allemagne, ils ont institué le protectionnisme éducateur par le théoricien List Friedrich (1789-1846), qui se fait par la protection des industries naissantes dans le cadre d'une union douanière de 39 états.

Les Etats-Unis n'échappent pas à cette tendance et accentuent même cette politique durant tout le XIXe siècle arguant de la protection des industries naissantes et de la nécessité d'imposer des droits qui constituent l'essentiel des recettes publiques.

➤ **Le libre-échange un facteur de développement :**

Le développement économique reste bloqué, à cause des limites qu'implique le protectionnisme, et le commerce extérieur reste fortement contrôlé jusqu'au milieu du XIXe siècle. Ce qui a poussé la grande Bretagne « la première puissance mondiale » à s'écarter les pratiques protectionnistes et réduit les grandes lois telles que, la loi sur le blé (1846) et les lois de navigation (1849) avant de conclure un contrat de libre-échange avec la France (1860) qui est la deuxième puissance économique.

La dynamique libre-échangiste gagne le Zollverein, la Hollande, la Belgique, la Suisse et la Russie qui prennent à la suite des mesures visant à développer les échanges.

Durant cette période le développement du commerce extérieur est dû à plusieurs facteurs. Les plus importants sont la révolution industrielle, et la modernisation des moyens de transports.

La révolution agricole a engendrée une amélioration des conditions de vie de la population à travers la diversification des biens de consommation et de production. Elle a encouragé le démarrage de la révolution industrielle à la fin du 18ème siècle et le début du 19ème. Ainsi ce facteur a été le moyen de modernisation et de progrès techniques.

L'invention technologique a comme conséquence, la modernisation des moyens de transport qui a été d'un apport exceptionnel pour la croissance des relations d'échanges entre les nations de différentes places géographiques⁹.

➤ **Le commerce extérieur entre 1945-1990**

Cette période est caractérisée par la mise en place d'un nouveau système monétaire international à travers les accords de Bretton Woods en 1944, qui a été le passage d'un régime de change fixe à un régime flottant en 1971, et l'émergence du GATT¹⁰ en 1947 dont le but est de lutter contre le protectionnisme et de favoriser le libre-échange.

Après la 2^{ème} guerre mondiale, il y avait l'apparition des Etats Unis comme puissance mondiale dominante dans le domaine des échanges internationaux, qui ont connu un essor sans précédent : c'est l'âge d'or du commerce international. Ces échanges sont réalisés, en majorité, dans la triade « l'Amérique du nord, le Japon et l'Europe ».

➤ **Le commerce extérieur après 1990 :**

Cette période est marquée par le phénomène de la libéralisation financière qui se base sur la déréglementation, désintermédiation financière et décloisonnement des marchés financiers.

Ce phénomène a été accompagné d'une régionalisation européenne, l'intégration des marchés des biens et services, la concurrence et le transfert de la technologie entre les grandes firmes multinationales, ce qui a conduit à une véritable croissance du commerce extérieur.

En 1995, le GATT a été remplacé par une organisation mondiale du commerce (OMC) dans le but de réguler les relations commerciales entre nations et régler leurs conflits, pour assurer un bon fonctionnement des relations économiques internationales¹¹.

Durant cette période, la part des pays en voie de développement, dans les échanges internationaux, a progressivement augmenté, notamment l'Asie qui a connu une forte progression pour être parmi les dix premiers exportateurs des produits manufacturés dominant les marchés internationaux.

Après avoir présenté l'origine et l'évolution du commerce extérieur, à travers le temps, nous allons tenter de présenter, dans la section qui suit, les différentes théories du commerce extérieur.

⁹ 8 AZZI.B et AIT SI ALI.H « Les procédures de dédouanement », mémoire de Master en Sciences Commerciales, Université de Bejaia, Promotion 2014/2015, P5 et 6.

¹⁰ GATT : est signé le 30 octobre 1947 par 23 Etats, dont l'objectif principale est de : libéraliser le commerce, réduire progressivement les droits de douane sur les produits manufacturés, créer un marché où les produits peuvent s'échanger librement.

¹¹ AZZI.B et AIT SI ALI.H, OPCIT, P8.

1.3.2. L'évolution du commerce extérieur algérien :

L'évolution du commerce a été couronnée par le décret de 1991, qui constitue sur le plan juridique, la renonciation du monopole de l'Etat. C'est dans le cadre des programmes d'ajustement structurel que le commerce extérieur algérien est libéralisé, et des mesures de dé-protection et de baisse des tarifs douaniers sont progressivement introduites.

Au cours de la période 2005-2017, le commerce extérieur algérien a connu l'évolution suivante :

Tableau 1: Evolution du commerce extérieur algérien entre 2005-2017(Elaboré partir des données du CNIS

	Exportations			Importations	Balance commerciale	Taux de couverture (%)
	Hydrocarbures	Hors hydrocarbures	Total			
2005	45094	907	46001	20357	25644	226
2006	53429	1184	54613	21456	33157	255
2007	58831	1332	60163	27631	32532	218
2008	77361	1937	79298	39479	39819	201
2009	44128	1066	45194	39294	5900	115
2010	55527	1526	57053	40473	16580	141
2011	71427	2062	73489	47247	26242	156
2012	69804	2062	71816	50376	21490	143
2013	62960	2014	64974	55028	9946	118
2014	57505	2549	60054	58580	4306	107
2015	32699	1969	34668	51702	-17034	67
2016	28221	1805	30026	47089	-17063	64
2017	32865	1898	34763	45957	-11194	76

Source : Elaboré à partir des données du CNIS

Les données du tableau ci-dessus fait apparaître que la balance commerciale de l'Algérie durant la période 2005-2014 demeure excédentaire grâce aux revenus que génèrent les exportations hydrocarbures et qui a été couvert les importations du pays. La situation s'est dégradée pour aboutir à un déficit commercial (importations supérieures aux exportations) supérieur à 17000 milliards dollars en 2016, et c'est en raison de la chute du prix des hydrocarbures en juillet 2014. Cependant cette situation n'est pas signe d'une économie solide puisque la croissance économique n'est pas tirée par des secteurs industriel, agricole et même

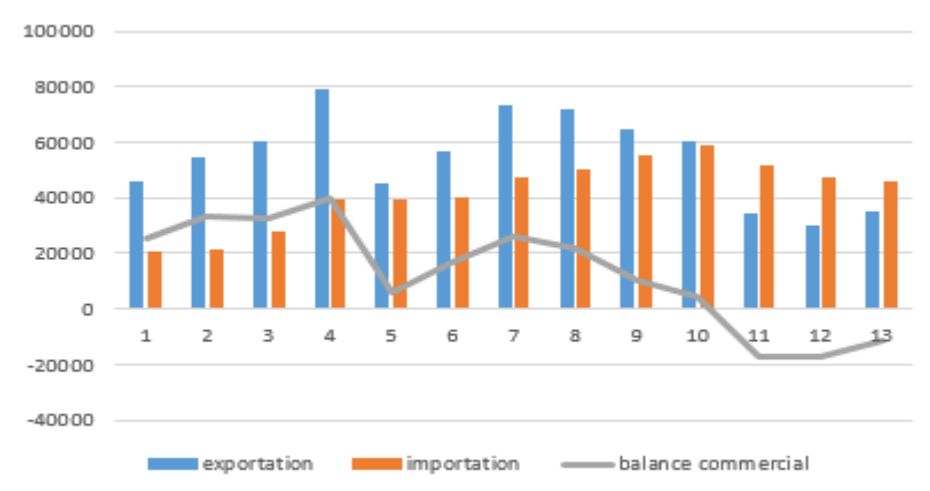
tertiaire dynamiques.

Les mêmes données montrent la tendance haussière des importations algériennes qui continue à se maintenir dans le temps, elles ont progressé à 58 580 millions de dollars en 2014 contre 20 357 millions de dollars en 2005. Par contre les exportations algériennes ont suivi sur la période 2005-2012 une tendance générale à la hausse. Néanmoins, entre 2013 et 2016 les exportations ont baissé de plus de 40%.

Selon les statistiques des services des douanes et du ministère de commerce, les exportations algériennes demeurent fortement dominées par les hydrocarbures (+95%), et les exportations hors hydrocarbures restent modestes et loin des objectifs tracés. Elles n'arrivent pas à franchir le seuil de 4% des exportations totales durant la période 2005-2017. En plus, ces exportations restent toujours sous forme de produits dérivés du pétrole et du gaz.

Le graphique suivant illustre bien l'évolution du commerce extérieur algérien durant la même période (2005-2017).

Figure 1: Evolution du commerce extérieur algérien entre 2005-2017(Elaboré d'après les données du tableau précédent)



Source : Elaboré d'après les données du tableau précédent

Après le contre-choc pétrolier du juillet 2014, la balance commerciale est encore déficitaire. En 2017, la balance commerciale de l'Algérie a enregistré un déficit de 11194 millions de dollars, soit une diminution de 34,39% par rapport à celui enregistré durant l'année 2016.

Les exportations ont enregistré une augmentation passant de 30026 millions de dollars en 2016 à 34763 milliards de dollars en 2017, soit une augmentation de 16%. Quant aux importations, elles ont baissé pour se chiffrer à 45 957 millions de dollars en 2017 contre 47 089 millions de dollars en 2016, en baisse de 02,4%. (CNIS, 2017)

1.4. La structure des exportations hors-hydrocarbures par produit :

Les principaux groupes de produits hors hydrocarbures exportés, sont constitués essentiellement par le groupe « demi-produits » qui représente une part varie entre 65% et 81% du volume global des exportations hors hydrocarbure durant la période 2007-2017. Le groupe « produits bruts » et « biens alimentaires » vient en seconde position avec une part que ne dépasse pas les 20% suivi par les groupes « biens d'équipement industriels », « biens d'équipement agricoles » et « biens de consommation non alimentaires » avec un taux avoisinant les 5% pour chaque groupe.

La structure des exportations hors-hydrocarbures durant la même période (2007-2017), se présente par groupe de produits comme suit :

Tableau 2: Evolution de la structure des exportations hors-hydrocarbures algériennes (2007-2017) (Elaboré à partir des données du CNIS)

Groupe d'utilisation	Alimentation	Produits bruts	Demi-produits	Biens d'équipements Agricoles	Biens d'équipements Industriels	Biens de Consommation (non alimentaires)	Total
2007	88 (6,6%)	169 (12,69%)	993 (74,55)	1 (0,07%)	46 (3,45%)	35 (2,62%)	1332
2008	119 (6,14%)	334 (17,24%)	1384 (71,45%)	1 (0,05%)	67 (3,46%)	32 (1,65%)	1937
2009	113 (10,6%)	170 (15,95%)	692 (64,91%)	-	42 (3,94%)	49 (4,6%)	1066
2010	315 (20,64%)	94 (6,16%)	1056 (69,2%)	1 (0,06%)	30 (1,96%)	30 (1,96%)	1526
2011	355 (17,21%)	161 (7,95%)	1496 (73,84%)	-	35 (1,73%)	15 (0,74%)	2062
2012	315 (15,55%)	168 (8,29%)	1527 (75,37%)	1 (0,05%)	32 (1,56%)	19 (0,94%)	2062
2013	402 (19,96%)	109 (5,41%)	1458 (72,39%)	-	28 (1,39%)	17 (0,84%)	2014
2014	323	110	2087	2	10	11	2549

	(12,67%)	(4,31%)	(81,87%)	(0,08%)	(0,39%)	(0,43%)	
2015	235 (11,93%)	106 (5,38%)	1597 (81,1%)	1 (0,05%)	19 (0,96%)	11 (0,56%)	1969
2016	327 (18,11%)	84 (4,65%)	1321 (73,18%)	-	54 (2,99%)	19 (1,05%)	1805
2017	347 (18,28%)	73 (3,85%)	1384 (72,92%)	-	74 (3,89%)	20 (1,06%)	1898

Source : Elaboré à partir des données du CNIS

Cette situation confirme qu'encore une fois que l'Algérie un pays mono-exportateur par excellence et que la situation économique algérienne dépendait et dépend toujours directement des marchés pétroliers, soumis aux aléas et aux règles de l'offre et de la demande mondiales. Enfin, cette situation prouve la non réalisation de l'objectif de l'Etat relatif à la diversification des produits à l'exportation, elles ne sont que des décisions proposées, étudiées et non appliquées.

1.5. La structure des exportations par régions économiques :

En ce qui concerne la structure des exportations par régions économiques au cours de la période 2007-2017, la situation n'a pas évolué d'une manière significative.

Les deux tableaux suivants montrent que les pays de l'union européenne sont toujours les principaux clients de l'Algérie avec un taux qui dépasse les 50% des exportations. Parmi ces pays, on peut relever que le principal client de l'Algérie est l'Italie, la France et l'Espagne. Cette triade Italie, France et l'Espagne, reste les premiers clients de l'Algérie, mais avec un classement différent selon les années.

On trouve en deuxième position les pays OCDE (hors UE). L'essentiel des exportations algériennes avec cette région est réalisé avec les U.S.A, suivi par la Turquie.

Les échanges commerciaux entre l'Algérie et les autres régions (les autres pays européens et les pays asiatiques) restent toujours marqués par des faibles proportions.

En contrepartie, les échanges de l'Algérie avec les pays de l'UMA et de l'Afrique subsaharienne sont presque inexistantes et ce malgré l'existence d'avantages économiques et de potentialités compte tenu de la situation géographique de l'Algérie par rapport à ces pays ainsi qu'à l'importance des relations politiques que l'Algérie entretient avec ses voisins du sud du Sahara.

Tableau 3 : Evolution de la structure des exportations par régions économiques (2007-2017) (Elaboré à partir des données du CNIS)

Régions économiques	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
UE	26833	41246	23186	28009	37307	39797	41277	38352	22976	17221	20291
O.C.D.E (hors UE)	25387	28614	15326	20278	24059	20029	12210	10058	5288	6945	6496
Autres pays d'EUROPE	7	10	7	10	102	36	52	49	37	80	63
Amérique du sud	2596	2875	1841	2620	4270	4228	3211	3076	1683	1943	2473
Asie (sans les pays arabes)	4004	3765	3320	4082	5168	4683	4697	4751	2409	2197	3321
Pays arabes (sans UMA)	479	797	564	694	810	958	797	619	572	416	749
Pays de Maghreb)	760	1626	857	1281	1586	2073	2639	2974	1550	1173	1268
Autre pays d'Afrique)	42	365	93	79	146	62	91	130	82	51	102

Source : Elaboré à partir des données du CNIS

Tableau 4 : Principaux clients de l'Algérie en 2017(Elaboré à partir des données du CNIS (2017))

CLIENTS	Valeur en millions USD										
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Pays-Bas	139	237	40	169	252	448	658	5080	2281	1282	1849
Espagne	125	222	156	300	468	500	345	9713	6565	3562	4142
France	353	435	216	224	211	204	163	6744	4921	3192	4492
Italie	150	240	93	118	164	149	96	8369	6167	4779	5548
Grande Bretagne	8	6	3	17	27	30	70	5482	2883	1129	1611
Tunisie	60	70	41	60	75	38	42	1584	856	610	751
Maroc	108	56	24	30	20	52	41	1381	671	589	-
Turquie	70	140	70	35	37	13	39	2905	2071	1232	1960

Source : Elaboré à partir des données du CNIS (2017)

1.6. La place d'hydrocarbures algérienne dans le marché mondial

Avec un territoire de 2,5 millions de km², et une démographie dynamique (taux d'accroissement naturel de près de 2,2% par an avec 40,4 millions d'habitants au 1er janvier 2016 et une prévision de 41,2 millions en 2017), l'Algérie dispose du PIB par habitant le plus élevé d'Afrique du Nord (14 950 USD en parité de pouvoir d'achat) et du quatrième PIB du continent africain (168 Mds USD en 2016)⁵⁴. La richesse de son sous-sol (pétrole et surtout

gaz : 7ème exportateur mondial en 2015) conjuguée à la hausse des prix des hydrocarbures sur les marchés internationaux au cours des années 2000 a donné aux autorités algériennes des moyens importants pour le développement de leur politique économique et sociale. Les hydrocarbures ont représenté en moyenne sur la période 2007-2016 : 98% des exportations du pays.

Le tableau ci-dessous représente l'évolution des exportations d'hydrocarbure de l'Algérie aux cours de dix ans allant de 2007 jusqu'en 2016.

Tableau 5: Evolution des exportations d'hydrocarbures en Millions de dinars (2007-2016).

Année	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Pétrole brut	25373,7	30513,7	16855,6	20724,9	28744,8	27250,4	24326,5	18343,2	10037,7	8876,4
Produits pétroliers raffinés	5838,1	7310,0	5373,4	9219,5	11971,8	11044,7	10906,3	13195,2	6789,8	5563,8
Gaz de pétrole liquéfié(GPL)	4545,3	5708,0	3216,8	4086,9	5202,8	4775,8	4389,6	5203,4	2687,8	2221,7
Gaz naturel liquéfié(GNL)	6725,0	9092,0	5598,0	5879,2	6670,9	6500,0	6041,5	7396 ,2	4700,4	3101,1
Gaz naturel (GN)	8624,8	14481,4	8225,1	11942,4	13575,6	15814,6	12823,7	10336,9	6628,3	6141,9

Source : Elaboré à partir des données du CNIS (2017)

L'Algérie est un producteur de pétrole, mais un important producteur de gaz (quatrième mondial), ce pays est depuis longtemps un mono-exportateur d'hydrocarbures (97% de ses exportations), en direction de l'Union européenne, du Maghreb et des Etats-Unis qui achètent une partie non négligeable de son GNL (gaz naturel liquéfié).

L'importance des hydrocarbures algériens est due à plusieurs facteurs :

- L'Algérie à d'importantes réserves de gaz naturel, source d'énergie moins polluante que le pétrole ou le charbon.
- Les liens traditionnels de l'Algérie avec les pays du nord de la Méditerranée, dont la consommation en gaz augmente de plus en plus (l'Algérie est le troisième fournisseur en gaz de l'Union européenne, précédée par la Russie et la Norvège).
- Les pays importateurs doivent pouvoir compter sur des sources fiables d'approvisionnement, ce qui est le cas de l'Algérie. En 29 découvertes 2010 d'hydrocarbures ont été réalisées.

La chute des cours mondiaux des hydrocarbures depuis 2014 a entraîné des déséquilibres macroéconomiques et mis en exergue les vulnérabilités de ce modèle

économique dépendant des hydrocarbures. Le prix moyen du pétrole produit par l'Algérie est passé de 112,7 USD par barils en 2014 à 31,3 USD/bbl en janvier 2016 pour remonter à 53,7 USD/bbl en décembre 2016, et a eu pour conséquence une contraction du poids relatif des hydrocarbures dans les exportations, le budget et la croissance du pays. En 2016, ils ne représentent plus que 93% des exportations, 38% des recettes fiscales et 27% du PIB. Le budget, après avoir connu un déficit de 16,4% du PIB en 2015, affiche un déficit de 12,9% du PIB en 2016 sous l'effet d'une diminution des dépenses de 8,8% alors que les recettes ont diminué plus modérément à -4,1% par rapport à leur niveau de 2015.

Section 2 : exportation hors hydrocarbures en Algérie

L'Algérie a subi des échanges économiques depuis son indépendance. A la fin des années 80, elle a vécu une transaction radicale de son environnement économique induite par le passage de l'économie administrée à l'économie de marché. Cette transformation s'est accentuée par une ouverture internationale, qui offre une opportunité pour le commerce extérieur et aux exportations en particulier.

Depuis un certain nombre d'années, la promotion des exportations hors hydrocarbures a été inscrite comme objectif stratégique par la totalité des gouvernements qui se sont succédé.

Un certain nombre de mesures visant à assurer une gestion plus souple, décentralisée, des opérations du commerce extérieur, au lieu et place de la gestion administrative, ont été prises.

2.1 Définition de l'activité d'exportation

« On entend par l'exportation, la vente à l'étranger d'un produit fabriqué dans un pays d'origine. L'exportation peut être directe ou indirecte »¹².

Il s'agit principalement de la vente de produits commerciaux à un autre pays. En d'autres termes, l'exportation implique l'acte de commerce sur le marché international. L'exportation dépend de la route, de la mer ou de l'air comme mode de transport. D'autre part, le choix du transit dépend de divers facteurs.

Si, par exemple, nous traitons des marchandises périssables telles que des fleurs dans un autre pays; le moyen le plus approprié serait une entreprise de logistique du fret aérien.

¹² HELFER J P & ORSONI J., l'entreprise et l'exportation, Vuibert, Paris, 1997, P 10.

2.2. Constat et évaluation

2.2.1 Evolution des exportations hors hydrocarbures:

Les exportations hors hydrocarbures varient généralement entre 300 et 600 millions de dollars par an, le maximum a été de 881 millions de dollars en 1996 (ce chiffre record s'explique par les exportations de produits effectués dans le cadre du remboursement de la dette russe). Pour l'année 2004, les exportations algériennes hors hydrocarbures ont atteint une valeur globale de 800 millions de dollars, soit 2% seulement des recettes du pays dominées à 98% par les hydrocarbures. En outre, 75% des exportations hors hydrocarbures de l'Algérie vers cinq pays, tandis que l'exportation en agroalimentaire, en amélioration sensible en raison du PNDA, représente encore 5 à 6% du volume globale.

2.2.2 Les contraintes à l'exportation :

L'absence d'une organisation minimale de présence commerciale sur les marchés étrangers qui représentent un intérêt pour les exportations hors hydrocarbures. L'absence d'entreprises et personnels qualifiés dans les métiers de l'exportation et faible prégnance de la culture d'exportation. La mauvaise prise en charge des produits destinés à l'exportation au niveau des ports. Une offre nationale de produits à l'exportation insuffisante en termes de quantité, qualité et coûts de production.

Absence de coordinations, inhibant les initiatives impliquant une intervention coordonnée de plusieurs institutions.

2.2.3 Le rôle de l'agence dans la promotion des exportations hors hydrocarbures

L'Agence, créée par le décret exécutif n° 04-174 du 12 Juin 2004, est chargée de contribuer aux efforts de promotion du produit algérien et de diversification des exportations à travers ses différentes missions qui se résument comme suite: Assurer la vulgarisation et la disponibilité d'informations commerciales, économiques, réglementaires et techniques nécessaires à la conduite des opérations de commerce extérieur ;

- Assister les opérateurs économiques Algériens dans la concrétisation des relations d'affaires avec leurs partenaires étrangers.
- Identifier les débouchés à l'export et diffuser les opportunités d'exportation et de partenariat.
- Animer des missions de prospection et d'expansion commerciale.
- Accompagner, et apporter l'assistance des entreprises dans les foires et manifestations économiques à l'étranger.
- Assurer la fonction des opérations aux techniques et procédures du commerce international.

- Gérer les instruments de promotion des exportations hors hydrocarbures.
- Assister les opérateurs économiques algériens pour le développement d'actions de communication, d'informations et de promotions relatives aux produits et services destinés à l'exportation.
- Diffuser des publications spécialisées et notes de conjoncture en matière de commerce international.
- D'autres actions menées par l'Agence concernant la mise en place d'un réseau national d'information commerciale.
- Ce réseau vise à rationaliser et à améliorer la gestion des informations commerciales utiles aux opérateurs économiques et aux décideurs institutionnels intéressés par ce domaine.
- Il s'adresse en priorité aux exportateurs hors hydrocarbures et aux opérateurs qui ambitionnent de le devenir.

2.2.4 Perspectives et suggestions visant à impulser le développement des exportations hors hydrocarbures

La bureaucratisation ou simplification de la logistique douanière, la création des capacités d'entreposage et de chaînes de froid, l'extension de zones portuaires, une gestion plus efficiente des espaces portuaires, la formation et le perfectionnement des personnels intervenant dans la chaîne logistique, la création de couloirs verts pour les opérations d'exportation ainsi que d'organes, d'intervention et de coordination, d'information et de conseil au niveau des ports et aéroports sont quelques-unes des actions à mettre en œuvre.

La refonte de la gestion du fonds spécial de promotion des exportateurs (FSPE), dans le sens d'un assouplissement et d'un élargissement de son bénéfice à un plus grand nombre d'exportateurs pour la prise en charge des coûts de la mise à niveau à l'exportation, notamment à travers les frais d'amélioration de la qualité, de la certification, de l'emballage, certains frais de prospection des marchés extérieurs et d'études de marché, ainsi que ceux liés à la formation dans les métiers de l'exportation.

Mise en place d'une commission chargée des travaux de refonte du dispositif législatif et réglementaire. Mise en place de bureaux de promotion et d'expansion commerciale. Création d'un guichet unique regroupant, en un même lieu, tous les intervenants dans le commerce.

La mise en œuvre du projet relatif au réseau national d'information commerciale qui permettrait une circulation efficiente et systématique de l'information, tant pour les opérateurs que pour les institutions et auxiliaires du commerce extérieur.

2.2.5 Les organismes d'appui aux exportations hors hydrocarbures

Pour soutenir et renforcer le commerce extérieur de l'Algérie en matière d'exportation

hors hydrocarbures plusieurs organismes ont été créés à savoir : ALGEX (ex PROMEX), la CAGEX, FSPE, CACI, SAFEX, ANEXAL, couloir vert.

2.2.5.1. Office Algérien de promotion du Commerce Extérieure (ALGEX)

L'ALGEX est un établissement public à caractère administratif sous la tutelle du ministère du commerce créée par le Décret exécutif n°04-174 du 12 juin 2004¹³, en remplacement de la PROMEX cette dernière créée en 1996, était en effet confrontée dès le départ au problème de son statut d'EPA qui la limite dans ses actes et sa politique salariale pour attirer le personnel adéquat, ce qui constitue un handicap à l'expansion et à l'efficacité de son action. Sa création est venue pour apporter, un support aux exportations hors hydrocarbures, est chargé de contribuer aux efforts de promotion du produit algérien et de diversification des exportations à travers ses différentes missions qui se résument comme suit¹⁴ :

- Participation à la définition de la stratégie de promotion du commerce extérieur et de sa mise en œuvre après son adoption par les instances concernées ;
- Gestion des instruments de promotion des exportations hors hydrocarbures au bénéfice des entreprises exportatrices ;
- Analyse des marchés mondiaux et la réalisation d'études prospectives Globales et sectorielles sur les marchés extérieurs.

Par ailleurs, ALGEX constitue un outil didactique pour les acteurs du commerce ou de sa propre initiative, des avis, des suggestions et des recommandations sur les questions et préoccupations intéressant directement ou indirectement au plan national, les secteurs du commerce de l'industrie et des services.

2.2.5.2. Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportations (CAGEX)

Pour se couvrir contre les risques, l'Algérie a pris des dispositions réglementaires afin de créer la CAGEX (Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportations), créée par l'ordonnance n° 96-06 du 01 janvier 1996¹⁵, elle exerce une double activité :

- Une activité pour son propre compte ; ou elle engage ses fonds propres, qui consiste à assurer les risques commerciaux.
- Une activité pour le compte de l'état et sous son contrôle ; relative à l'assurance contre les risques politiques, les risques de non transfert et les risques de catastrophes naturelles.

¹³ Lois n° 04-174 du 12/06/2004.

¹⁴ Voir le site www.algex.dz

¹⁵ Loi n° 96-06 du 01 janvier 1996.

Une entreprise publique de type SPA fondée par cinq banques :

- La banque algérienne du développement rural (BADR)
- La banque nationale algérienne (BNA)
- La banque extérieure algérienne (BEA)
- Le crédit populaire algérien (CPA)
- La banque de développement local (BDL)

Et cinq compagnies d'assurances algériennes :

- La compagnie algérienne d'assurance et de la réassurance (CAAR).
- La compagnie algérienne des assurances et du transport (CAAT).
- La compagnie centrale de réassurance (CCR).
- Caisse nationale de mutualité agricole (CNMA).
- Détenant chacune 10% de son capital pour un montant de 250 Million de DA¹⁶ .

En outre et, par le décret exécutif n° 96-235 du 02/juin/1996¹⁷ , la CAGEX (Compagnie Algérienne d'Assurance et Garantie des Exportations) a été désignée pour la gestion de ce système d'assurance- crédit en Algérie qui ne concerne que les exportations hors hydrocarbures. Ce système a pour objectif de garantir la bonne fin des exportations , par la prise en charge des pertes dues à la réalisation des risques commerciaux, politiques, de catastrophes naturelles et de non transfert. Les taux des primes sont fixés par la CAGEX pour le risque assuré pour son propre compte.

Le risque commercial est indemnisé à concurrence de 80% de leur montant, le risque politique à 90% et 60% du risque de non rapatriement des matériels exposés à l'étranger. Par contre, pour les risques assurés pour le compte de l'Etat, les taux sont fixés par la commission d'assurance et de garantie des exportations ou le ministère des finances.

La CAGEX offre quatre polices d'assurances (produit par la CAGEX) :

- **La police crédit acheteur** : elle garantit tous les contrats d'exportation payable avec un crédit acheteur. La CAGEX délivre une double garantie ; une garantie à la banque au titre de risque de crédit et une garantie à l'exportateur au titre de risque de fabrication.
- **La police globale** : elle couvre l'ensemble des ventes des biens de consommation et d'équipement, ou prestations de services dans une durée qui ne dépasse pas six mois. C'est une police annuelle et renouvelable par tacite reconduction. Son principe de globalité signifie la garantie de la totalité de la créance.

¹⁶ www.CAGEX.com.

¹⁷ Décret n° 96-235 du 02/juin/1996

- **La police individuelle** : elle couvre les risques de crédit ainsi que les risques d'interruption de marchés ou de fabrication liés aux opérations d'exportations des biens d'équipements et prestations de services pour une durée supérieure à un an.
- **La police prospection, foires et exposition** : cette police couvre les risques de non amortissement des dépenses engagées par l'entreprise suite à l'action de prospection ou de la participation aux foires.

Par ailleurs, l'existence d'un tel organisme est nécessaire, mais dans la pratique son rôle se trouve limité à cause de l'insuffisance de moyens de financement des exportations au niveau des banques primaires.

2.2.5.3. Fonds Spécial pour la Promotion des Exportations (FSPE)

Institué par la loi de finances pour 1996¹⁸, le Fonds Spécial pour la Promotion des Exportations (FSPE) est destiné à apporter un soutien financier aux exportateurs dans leurs actions de promotion et de placement de leurs produits sur les marchés extérieurs.

Depuis sa création en 1996, le FSPE a mis en œuvre deux rubriques de soutien aux exportations¹⁹ :

- **La prise en charge d'une partie des frais de transport international des marchandises exportées**, dont ces taux de remboursement sont de 25 % pour le transport des marchandises exportées et de 65 % et 35 % pour les frais de participation aux foires à l'étranger²⁰.
- **La prise en charge**, à l'occasion des participations aux foires à l'étranger, d'une partie des frais de transport des échantillons, de location et d'aménagement de stands et de frais de publicité.

Le Ministère du Commerce dispose d'un deuxième instrument pour la promotion des exportations hors hydrocarbures à travers l'organisation des foires à l'étranger : il s'agit de la programmation des participations officielles de l'Algérie aux foires internationales et aux expositions spécifiques de produits algériens organisées dans des pays ciblés; cette programmation s'effectue annuellement dans le cadre d'un comité national intersectoriel, siégeant au Ministère du Commerce et composé des représentants des principaux départements ministériels.

¹⁸ Loi de finances pour 1996.

¹⁹ www.Algex.dz (chambre de commerce et d'industrie de Mezghana)

²⁰ Ati T, « les exportations hors-hydrocarbures algériennes », à l'occasion de la tenue de la convention France Maghreb, Paris les 5 et 6 février 2008, p3

Toute entreprise productrice de biens ou services et tout commerçant régulièrement inscrit au registre de commerce ouvrant dans le domaine de l'exportation aux foires, ouvre le droit au bénéfice d'une aide de ce fond dès lors que la participation aux foires, manifestations économiques, salons spécialisés se déroulant à l'étranger vise à promouvoir la production nationale. Par ailleurs, il faut noter que sur l'ensemble des rubriques prévues, seules deux en pu être mise en œuvre, il s'agit de la participation aux foires et expositions à l'étranger et du cout de transport international.

2.2.5.4. La Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie (CACI)

La Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie, créée par le décret exécutif n°96-93 du 03/03/1996 ²¹, elle a pour mission de fournir au pouvoir publique, sur leur demande ou de sa propre initiative, des avis suggestion et des recommandations sur la questions et préoccupation intéressant directement ou indirectement au plan national, les secteurs du commerce de l'industrie et des services²².

En matière de commerce international elle a pour mission d'entreprendre toute action visant la promotion et le développement des déférents secteurs de l'économie nationale et leur expansion notamment en direction des marchés extérieur. Elle est chargée :

- D'émettre, viser ou certifier tout document, attestation ou formulaire présentés ou demandés par les agents économiques et destinés à être utilisés principalement à l'étranger.
- D'organiser ou de participer à l'organisation de toutes rencontre et manifestations économiques en Algérie et à l'étranger tels que les foires, salon, colloque, journées d'études et missions commerciales visant la promotion et le développement des activités économiques nationales et des échanges commerciaux avec l'étranger.
- De réaliser toute action et étude pouvant concourir à la promotion des produits et services nationaux sur les marchés extérieurs.
- De proposer toute mesure tendant à faciliter et à promouvoir les opérations d'exportation des produits et services nationaux.

2.2.5.5. La société Algérienne des foires et expositions (SAFEX)

C'est une entreprise publique issue de la transformation de l'objet social et de la dénomination de l'office National des foires et expositions (ONAFEX), crée en 1971. Elle exerce ses activités dans les domaines suivants²³ :

²¹ Décrit n°96-93 du 03/03/1996

²² www.caci.dz

²³ www.safex-algérie.com

- Organisation des foires, salons spécialisés et expositions à caractère national, international, local et régional.
- Organisation de la participation algérienne aux foires et expositions à l'étranger.
- Assistance aux opérateurs économiques en matière de commerce international au moyen de l'information sur la réglementation du commerce international, les opportunités d'affaires avec l'étranger, la mise en relation d'affaires et les procédures à l'exportation.
- Edition de revues économiques et catalogues commerciaux.
- Organisation de rencontres très professionnelle, séminaires et conférences.
- Gestion et exploitation des infrastructures t structures du palais des expositions.

2.2.5.6. L'Association Nationale des Exportateurs Algériens (ANEXAL) :

Créé le 10 Juin 2001, l'ANEXAL est une association régie par la loi N° 90/31 du 24 décembre 1990²⁴ , ainsi que par ses statuts particuliers. Elle a pour principaux objectifs de :

- Rassembler et fédérer les exportateurs algériens.
- Défendre leurs intérêts matériels et moraux.
- Participer à la définition d'une stratégie de promotion des exportations.
- Assister et sensibiliser les opérateurs économiques.
- Promouvoir la recherche du partenariat à travers les réseaux d'informations.
- Animer les programmes de formation aux techniques des exportations.
- Organiser et participer aux salons spécifiques et manifestations économiques en Algérie et à l'étranger.
- Participer à la mise à niveau de l'outil de production en vue de développer la capacité d'exportation par notamment la recherche de meilleures solutions logistiques.
- Promouvoir l'échange d'expérience entre les adhérents.

Elle a de nombreuses et multiformes activités, les principales sont²⁵ :

- Collecte d'informations économiques auprès des Chambres de Commerce, d'ALGEX (ex PROMEX), du CNIS, de l'ONS, des Banques, des représentations commerciales des Ambassades, etc....
- Diffusion d'informations utiles (opportunités d'affaires, lois, décrets, circulaires d'applications, accords bilatéraux, etc....) à l'ensemble des adhérents et opérateurs économiques.
- Participation aux rencontres, journées d'études, réunions de coordination et de travail organisées par les institutions et organismes publics, les auxiliaires à l'exportation ainsi que les organismes internationaux.

Les Partenariats de l'ANEXAL sont :

Signature de Protocoles de partenariats:

Au Plan National, avec:

²⁴ Loi n°90/31 du 24/12/1990

²⁵ www.ANEXAL.com

- L'Agence Nationale de Développement de la PME (ANDPME).
- L'Agence de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX) dans le cadre de la mise en œuvre du programme de renforcement des capacités exportatrices ou potentiellement exportatrices des entreprises algériennes (PRCC Algérie).

Au Plan International, avec:

- North Africa Entreprise Développement (NAED) qui est un programme d'appui initié et géré par la Société Financière Internationale (S F I) filiale du groupe banque mondiale.
- Association Marocaine des exportateurs (ASMEX).

2.2.5.7. Le couloir vert

De caractère virtuel, il constitue une facilitation qui est accordée depuis septembre 2006 à l'exportation de dattes, et consiste en l'assouplissement du passage en douane de la marchandise, qui subit uniquement un contrôle documentaire ce qui se traduit par une fluidité générant une réduction considérable des délais d'expédition. Cette facilitation doit être étendue à terme aux autres exportations de produits périssables : produits agricoles frais et produits de la pêche ²⁶ .

2.3. Les programmes de mise à niveau pour les PME

Il s'agit d'un programme d'accompagnement pilote au service de la relance et de la diversification des exportations hors hydrocarbures algériennes. « Renforcer les capacités d'exportation des PME Algériennes », tel est le défi que s'est lancé en Mai 2007, l'équipe d'OPTIMEXPORT.

2.3.1. Le programme OPTIMEXPORT

Le programme de renforcement des capacités commerciales des PME algériennes exportatrices a été lancé en 2007 et a concerné l'accompagnement d'un groupe pilote de 40 entreprises (challengers) ainsi que la formation de formateurs et de conseillers à l'export pour former et assister les entreprises exportatrices algériennes²⁷ .

2.3.2. Le programme du MIR-ONUDI

C'est un programme qui a été lancé en 2000 par le MIR en coopération avec l'ONUDI, il s'agit d'un dispositif d'appui pour améliorer la compétitivité des entreprises algériennes et améliorer l'environnement de l'investissement. C'est un programme qui a été concrétisé par la création du Fonds de Promotion de la Compétitivité industrielle (FPCI) destiné à couvrir les aides financières aux entreprises industrielles et de services liés à l'industrie.

²⁶ Ati Takarli, les exportations hors hydrocarbures Algérienne, Paris, 2008, p. 7.

²⁷ Mohamed BENINI, Op.cit. P.7

Conclusion

Nous avons exposé, tout au long de ce chapitre, l'importance des exportations hors hydrocarbures en générale et les hydrocarbures en particulier.

Malgré les dispositifs d'aides et de soutiens mis en œuvre par l'Etat Algérien, les exportations hors hydrocarbures demeurent faibles, marginales et représentent un volume très étroit. Plus de 80% des exportations sont concentrés sur les hydrocarbures. Les potentialités d'exportation ne sont pas exploitées, et les entreprises nationales n'arrivent toujours pas gagner une place sur les marchés internationaux. Plusieurs raisons expliquent cette situation ; l'absence d'une réelle stratégie et une vision à long terme en matière de promotion des exportations ayant comme centre d'intérêt le développement d'une culture nationale en matière d'exportation, l'inefficacité des services fournis par les différents intervenants dans le cadre d'appui aux exportateurs nationaux et le manque de coordination entre eux. Il faut ajouter à cela, la lenteur de mise en œuvre des différents dispositifs.



Chapitre II

Introduction

La branche des industries agro-alimentaires occupe une place stratégique au sein de l'économie compte tenu de son objectif principal qui vise la satisfaction des besoins essentiels de la population. Les entreprises des industries agro-alimentaires, mis à part celles des huiles, transforment des matières premières locales ou importées, provenant de l'agriculture.

Le secteur agroalimentaire se situe entre l'agriculture et la distribution. Il regroupe toutes les industries de transformation des produits issus de l'agriculture (produits vivants élevés, plantes ou fruits cultivés) en biens alimentaires²⁸.

En effet le secteur d'IAA constitue un facteur de valorisation et de régulation de la production agricole. Il détient une place importante dans le secteur industriel à travers sa participation au développement de l'économie nationale.

Dans ce chapitre, nous avons présenté d'une manière globale les industries agroalimentaires en Algérie dans une première section, puis nous allons nous intéresser d'une manière particulière aux industries agroalimentaires dans la wilaya de Bejaia et cela dans une seconde section.

Section 1 : les industries agroalimentaires en Algérie globalement

1.1. La place des IAA en Algérie :

Le secteur agricole et celui des IAA en Algérie, ont contribué au développement économique et social du pays. Sur le plan interne, les IAA emploient en 2011 11.6 millions de personnes (ONS, 2011), soit l'équivalent de 23% de la population active. Il s'agit de la deuxième industrie du pays, derrière le secteur énergétique. Les ménages algériens consacrent en moyenne 42% de leurs dépenses à l'alimentation.

La distribution des produits s'effectue principalement à travers les supermarchés, supérettes et les petits magasins. Les filières céréalières et laitières, l'huile et corps gras, les boissons, les conserveries se sont les moteurs des IAA. Selon le ministre de l'agriculture, l'Algérie dispose de plus d'un million d'exploitations agricoles qui couvrent plus de 8.5 millions d'hectares de terres arables exploitées par l'agriculture (41%), les cultures maraichères (26%) et les grandes cultures (33%)²⁹.

²⁸ Touari Sihem Technopoles Agroalimentaires en Algérie ; Perspectives et Défis Troisième année doctorat en management public. Université d'Alger 3.

²⁹ Le forum du commerce extérieur, Revue de l'Agence Algérienne de promotion du Commerce Extérieur

1.2. Présentation de l'industrie agro- alimentaire

L'agro-alimentaire est le concept qui s'applique aux filières qui concernent les produits alimentaires dont les plus importantes en Algérie restent les filières céréales, lait et produits laitiers, boissons, viandes, conserves, huiles et oléagineux, sucre. Les Industries Agroalimentaires (IAA) en Algérie ont connu leur grand essor dans les années 70 avec les programmes de développement notamment par la création d'un parc de sociétés nationales pour les principales filières.

Cela dit, l'industrie agro-alimentaire peut être décrite comme l'ensemble des activités industrielles qui transforment les matières issues de l'agriculture, de l'élevage ou de la pêche en produits destinés essentiellement à la consommation alimentaire finale. Les produits agricoles passent par plusieurs étapes (récolte, stockage, transformation, transport et distribution) pour atteindre leur destination suprême. Ainsi, l'industrie agro-alimentaire se situe en aval de l'agriculture.

Les IAA occupent une place importante, de la part de son poids en dehors des hydrocarbures et sa population active, mais sa relation avec l'agriculture reste faible dans l'ensemble des filières ou l'agriculture ne produit pas les quantités suffisantes dont les IAA ont besoins pour leurs transformations qui rend le recours à l'importation comme solution.

1.2.1. Généralités et concepts sur les industries agro-alimentaires

Le concept de l'industrie agro-alimentaire est attaché à plusieurs autres concepts, et pour faire la distinction entre eux, nous avons sélectionné les définitions suivantes :

➤ Le secteur d'activité agro-alimentaire

« Le secteur d'activité agro-alimentaire est l'ensemble des entreprises agroalimentaires ». Au sens large : « c'est l'ensemble des participants impliqués dans la production, la transformation et la commercialisation d'un produit agricole de bases et de leurs produits dérivés »

➤ Les agro-industries

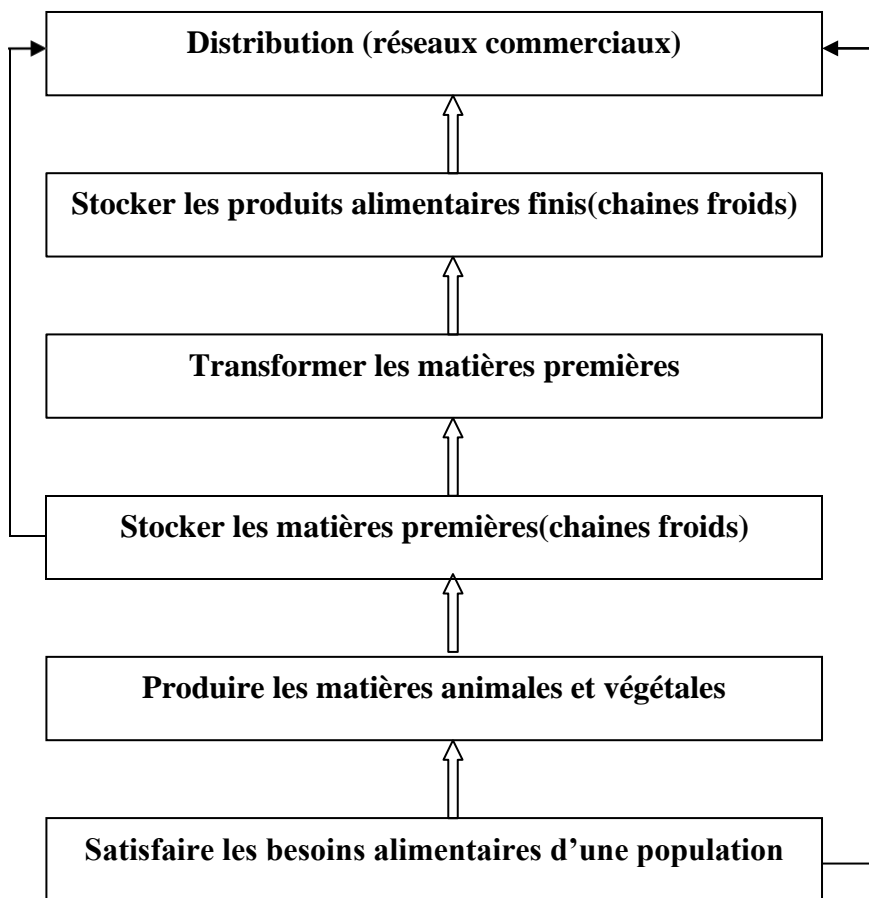
L'agro-alimentaire est la partie du secteur manufacturier qui transforme les intrants (matière première) en provenance de l'agriculture au sens large du terme. Ce sont toutes les industries Agro-alimentaires y compris les industries qui se situent en amont de l'agriculture, notamment l'agrofourniture, emballages, engrais...etc.

➤ Un système Agro-alimentaire

Un système agro-alimentaire (SAA) selon GHERSI est décrit comme « l'ensemble des agents en interaction dynamique participant à la production et au transfert des produits alimentaires en vue d'assurer l'alimentation d'une population donnée »³⁰. Un système agroalimentaire englobe toutes les activités et actions qui visent et transforment d'une manière simple ou complexe un produit brut issu de l'agriculture pour en arriver à un stade final, celui d'un produit alimentaire prêt à être consommé.

Dans tout système agro-alimentaire, deux niveaux d'analyse s'imposent pour comprendre l'interaction et la complexité des rapports qui lient les différents acteurs et intervenants tout au long du processus de la chaîne alimentaire.

Schéma n°01 : La complexité d'un système agroalimentaire



Source : Ouyahia. M, « Analyse des dynamiques des industries agroalimentaire : cas de la wilaya de Bejaia » Mémoire de magister, université de Bejaia, 2005, p20.

³⁰ Malassis L et Ghersi G. :« Initiation à l'économie agro-alimentaire », Ed. Hatier 1992, P.99.

➤ Les filières agro-alimentaires

La filière agroalimentaire « englobe tous les participants impliqués dans la production, la transformation et la commercialisation d'un produit agricole. Elle inclut les fournisseurs de l'agriculture, les agriculteurs, les entreprises de stockage, les transformateurs, les grossistes et détaillants permettant au produit de passer de la production à la consommation finale³¹. Elle concerne, enfin, toutes les institutions, telles que les institutions gouvernementales, les marchés, les associations de commerce qui affectent et coordonnent les niveaux successifs sur lesquels transitent les produits »

1.3.La genèse de l'industrie agroalimentaire en Algérie

En 1962, après 132 ans de colonisation française, l'Algérie est finalement indépendante, mais pauvre et sous-développée économiquement. Au seuil de son indépendance, l'Algérie a besoin d'un Etat fort afin de développer son économie, dans le but de créer une société moderne et dynamique. Le gouvernement met en place un modèle de développement fondé sur la théorie des industries industrialisâtes, selon laquelle les pays les plus pauvres doivent investir en priorité dans les industries lourdes dont est supposé entraîner tous les autres secteurs de l'économie.

De 1967 à 1977 trois plans de développement économique se sont succédé. L'objectif est d'élever le niveau de vie de la population par l'appropriation et la mise en valeur par l'Algérie de ses propres richesses, par la construction d'une industrie de base et par la réforme de l'agriculture³².

En 1978, l'Etat avait lancé un plan Valorisation des Hydrocarbures (Valhyd). Il est destiné à favoriser les industries liées au pétrole et au gaz pour permettre une première transformation sur place de ces ressources, avec des investissements massifs de l'Etat. Depuis, l'Algérie est devenu un pays pétrolier et mono-exportateur. Les premières années de la mise en place de ce plan, le niveau de vie des algériens commence à se détériorer et l'échec de l'économie administrée s'avère évident et inévitable, car elle est devenue totalement dépendante de la rente pétrolière. Le pays est dépendant de l'extérieur : notamment en ce qui concerne les produits alimentaires et les capitaux. En effet, pour répondre aux besoins de la population qui augmente rapidement et en conséquence du contre choc pétrolier de 1986, l'Algérie tombe dans la cessation de paiement, une crise économique et financière avait frappé

³¹ Malassis. L. : « Economie agro-alimentaire » tom III, Ed. Paris, 1986.

³² Ritimo, « D'une économie planifiée à une économie de marché ». In:<https://www.ritimo.org/D-une-economie-planifiee-a-une-economie-de-marche>. Consulté le 02 mai 2018.

le pays et l'Etat emprunte à court terme auprès des banques étrangères privées afin d'importer les aliments de base (Etat emprunteur/importateur). Depuis 1994, l'Algérie signe le PAS et rentre dans une nouvelle phase de réformes de transition à l'économie de marché. Depuis les années 2000, une série de plans de soutien à la croissance économique ont été entamée jusqu'à 2020. Dans ce point, nous allons présenter l'évolution des industries agroalimentaires en Algérie, tout en expliquant les différents événements historiques marquant l'économie algérienne avant 1962 à nos jours.

1.3.1. L'industrie agroalimentaire avant 1962

L'industrialisation de l'Algérie se pose déjà lors des deux grandes guerres, et en particulier lors de la seconde guerre mondiale. En effet, la défaite face à l'Allemagne fait apparaître l'impuissance de l'Algérie (française à l'époque) à pourvoir à ses propres besoins en biens de consommation courants et à relayer l'effort de guerre en production de matériels militaires. Seule une petite industrie européenne existant depuis les années 1930. Le projet d'une industrialisation de l'Algérie est né du choc de la défaite. Les produits alimentaires les plus élémentaires manquent. Dans ce contexte, elle s'improvise alors une industrie agroalimentaire qui fournit des produits de remplacement. La commission des réformes musulmanes (21 décembre 1943-8 juillet 1944) insiste sur la nécessité d'industrialiser l'Algérie à travers la création d'industries nouvelles capables d'absorber un plus grand nombre de travailleurs musulmans. La commission propose au total un programme de dépenses d'investissement de 21 milliards d'anciens francs pour vingt ans dont la charge devait être partagée par l'Algérie et la métropole. Le gouvernement général lance alors un plan d'industrialisation en 1946. Malgré ces efforts, l'Algérie ne s'industrialise pas dans les années après-guerre. De plus, la faible industrialisation ne touche pas la population musulmane. En effet, les propositions de réformes économiques et sociales ne seront pas adoptées (Pervillé, 1986). A la fin des années 1930, l'Algérie exporte surtout vers la France des produits alimentaires végétaux (vins, blé dur, blé tendre, agrumes, dattes, semoule, huile d'olives), des produits animaux, des matières premières végétales (liège, alfa) et des matières premières minérales (fer, phosphate, plomb). En contrepartie, l'Algérie achète de la France des produits fabriqués (tissus, pièces détachés et machines, automobiles et pièces détachées, produits chimiques, vêtements, chaussures, médicaments, articles de ménages, meubles, armes, etc.), des produits alimentaires végétaux (sucres, huiles, pommes de terre, lait concentré, légumes secs, farines), des produits alimentaires animaux (lait, beurres et fromages, viandes fraîches et conservées), des produits minéraux (fers, aciers, tôles et fils,

matériaux de construction). A la fin de la guerre d'indépendance, la situation n'a guère évolué : les produits industriels représentent 73,7% ³³des importations, l'Algérie achète également de grandes quantités de biens de consommation pour satisfaire les besoins d'une fraction minoritaire de la population dont le niveau de vie est à peu près celui de la France. Quant aux exportations, les produits agricoles sont majoritaires, les produits de l'industrie concernant avant tout l'exportation de minerais (fer, phosphate, zinc). Il est intéressant de rappeler que la majorité des produits agricoles exportés est constitué des vins. On notera également que le pays est agricole mais le secteur agricole reste déficitaire. Ainsi, à la période coloniale, l'Algérie est structurellement importatrice de produits laitiers et de viandes et poissons. Les premières années qui suivent l'indépendance marquent une baisse sensible de la production minière, de la houille mais aussi des phosphates, du zinc et du plomb et une hausse sensible de la production d'hydrocarbures.

1.3.2. L'industrie agroalimentaire pendant 1962-1980

Au lendemain de l'indépendance nationale, l'Algérie s'est lancée dans la stratégie de l'industrie industrialisant avec un gigantesque effort d'investissement, fortement marqué par le modèle de pôles industriels. Dans cette stratégie, l'Algérie s'est orientée sur le secteur de l'énergie et de l'industrie de transformation, en s'appuyant sur un système centralisé de planification et de l'allocation des ressources ainsi que sur une gestion administrée des leviers de la régulation économique. Avant 1962, plus de 80% des échanges se faisaient avec la

France. L'Algérie ayant la volonté de rompre ces liens trop étroits de dépendance économique avec celle-ci, elle entend diversifier son commerce extérieur. Ainsi, et depuis 1963, de nombreux accords bilatéraux ont été conclus avec des pays européens : Suisse et Espagne, avec des pays en voie de développement : l'Egypte, la Tunisie et le Maroc et surtout avec les pays socialistes : Bulgarie, Cuba, Yougoslavie et Chine. Par ailleurs, des statistiques concernant le service de l'expansion commerciale de la chambre de commerce d'Alger permettent de cerner cet effort de diversification. Ce service s'efforce d'établir des relations entre commerçants algériens et commerçants étrangers. Ainsi, les statistiques de mise en relations d'affaires pour 1964 sont assez révélatrices : sur 761 propositions, le Japon vient en tête avec 95 propositions (soit 12,6%), la France au second rang avec 61 propositions (soit 10,5%), puis des pays comme l'Allemagne occidentale (10% des propositions), l'Italie (8%) et l'Espagne (5%). Les U.S.A sont les moins placés avec un pourcentage de 3,5³⁴.

³³Zouache A. : « ETAT, HERITAGE COLONIAL ET STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT EN ALGERIE », les cahiers du CREAD n° 100-2012. In: <http://www.ajol.info/index.php/cread/article/viewFile/124919/114437>, Consulté le 19 mai 2018

³⁴ Georges M, « Le commerce extérieur de l'Algérie en 1964 ». In revue de géographie de Lyon, vol.40, n°4, 1965.

Tableau 06 : La part de la France dans le commerce extérieur de l'Algérie

Années/désignati On	1956	1960	1964
Importations	79%	80,80%	71%
Exportations	76%	83,90%	75%

Source : Georges Mutin : « le commerce extérieur de l'Algérie en 1964 », géo carrefour, Année 1965, p 355

Les données du tableau n° 3, nous informent sur la part de la France dans le commerce extérieur en Algérie qui est en position du premier client et du premier fournisseur de l'Algérie. Elle achète 75% des produits algériens et lui fournit 71% de ses achats en 1964. Néanmoins, bien que ce pourcentage soit élevé, il est en baisse de -12,12% par rapport à 1960 suite à l'application de la politique de diversification du commerce extérieur. Le secteur des industries agroalimentaires a été largement dominé par les entreprises publiques qui assuraient plus de 61% de la production nationale. Ces entreprises étatiques étaient de grandes tailles englobant, pour l'essentiel, les activités de transformation de produits de base (produits céréaliers, sucre, lait, huile). Mais, l'activité des entreprises agroalimentaires a été quasi-exclusivement dépendante des importations de matières premières agricoles et agroalimentaires qui étaient de l'ordre de 60% en 1965. Ce taux important des importations était expliqué par l'incapacité du secteur agricole de répondre aux besoins de l'industrie agroalimentaire. Jusqu'au début des années soixante-dix, la tendance générale des prix alimentaires au niveau mondiale était à la baisse. Cette conjoncture favorable aux importations de denrées alimentaires a permis à l'Etat algérien de poursuivre sa politique de stabilisation des prix intérieur (la politique des prix administrés) sans avoir à recourir à la pression sur les finances publiques. C'est en 1973, au moment où éclate la crise alimentaire mondiale, que la politique de subvention à démarrer en Algérie. Par ailleurs, l'industrie agroalimentaire a connu un développement remarquable au cours des années soixante-dix et quatre-vingt. Si entre 1962 et 1988, bien qu'étatisée et planifiée, l'économie algérienne a conservé un secteur privé. Ces entreprises agroalimentaires étaient sous la tutelle étroite de l'administration et leur activité dépendait largement du secteur public. La réforme de 1988 visait à favoriser la coordination par le marché en rapprochant progressivement les conditions de l'activité économique dans les secteurs privé et public. Sur le plan légal, il s'agissait, d'une part, de faire converger les statuts juridiques de la propriété privée et étatique (ce qui aurait facilité le processus de privatisation), d'autre part, d'unifier l'environnement institutionnel des entreprises, notamment en modifiant ou supprimant les règles discriminatoires. L'interruption

de la réforme, en figeant chaque secteur dans un état transitoire, a bloqué ce processus. D'un côté, le déclin du secteur public n'a pu être enrayeré, de l'autre, l'élan amorcé par la légalisation du secteur privé est retombé. La situation de non-droit (corruption, faiblesse des droits de propriété, retour aux interventions discrétionnaires et à l'arbitraire) a favorisé la constitution de puissants monopoles privés ainsi que le déploiement sans précédent de l'informel.

1.3.3. L'industrie agroalimentaire pendant 1980-1990

La période allant de 1980 à 1990 marque le tournant des politiques commerciales, le rapprochement de l'Algérie des institutions de Broton Wood, et la mise en place d'un Plan d'Ajustement Structurel imposé par le Fonds Monétaire International (FMI), ainsi que le commencement d'une transition vers une économie de marché. Ceci nécessitait des réformes économiques et commerciales importantes touchant les secteurs public et privé afin d'encourager la production hors hydrocarbures. A partir de l'année 1986, l'économie nationale a connu des déséquilibres macro-économiques importants causés essentiellement par :

- **Le retournement de la conjoncture pétrolière** : la chute des prix du pétrole passant de 39,5 dollar le Baril en 1981 à 14,8 dollars en 1986. Soit une baisse de 63%.
- **Une accélération de l'endettement extérieur pour couvrir les dépenses nécessaires à la satisfaction des différents besoins** : besoins pour l'importation de biens d'équipements, de matières premières et semi-produits. La situation est devenue insoutenable avec une aggravation du stock de la dette extérieure de plus de 41% entre 1985 et 1987, un service de la dette absorbant 78% des exportations (1988).
- **La chute des recettes d'exportation hors hydrocarbures de plus de 38% entre 1985 et 1986** : Ainsi, les industries agroalimentaires évoluaient, depuis 1986, dans un contexte de crise économique qui a bloqué la dynamique interne. Cette situation a lourdement pesé sur le niveau de la production de ce secteur. En effet, en terme de production brute, durant l'année 1991 les industries agroalimentaires ont réalisé 40,2 milliards de DA, soit 22% de l'ensemble des activités manufacturières hors hydrocarbure, ce qui constitue une contribution très appréciable qui les place au second rang après les ISMMEE (32% du totale dans cette année-là). Cette part tombe à 19,2% (contre 35,4% pour les ISMMEE) mais demeure importante si l'on ne considère que les entreprises publiques et privées de plus de 20 salariés³⁵.

1.3.4. De l'an 1995 jusqu'à 2000

Dès 1994, la situation sociale en Algérie va en empirant. La croissance économique baisse, la production industrielle et les exportations reculent : la libéralisation et le désengagement de l'Etat causent le démantèlement presque total du système productif et les privatisations engendrent des licenciements massifs.

³⁵ Georges M : « Le commerce extérieur de l'Algérie en 1964 ». In revue de géographie de Lyon, vol.40, n°4, 1965.

Les conditions de vie se dégradent vite, marquées par une forte hausse des prix (libéralisés avec l'application du PAS), l'augmentation du chômage (presque 30% de la population active), l'augmentation de la pauvreté et le recul de la consommation. La privatisation n'est pas arrivée à fragmenter les monopoles corrompus et bureaucratisés gérés par l'Etat, la gestion était désormais dans les mains des intérêts de certains groupes proches du pouvoir, au détriment de la production locale³⁶ .

Pendant cette période, le secteur agroalimentaire est un secteur en perpétuelle évolution connaissant un recul depuis 1995. Cependant, le montant de la facture d'importation alimentaire durant la période 1995/1999 est passée de 1,9 milliard de dollars en 1995 à 2,8 milliard de dollars en 1999. Les produits qui occupent une importance considérable dans ces importations sont les céréales (23,2%), suivis des laits et produits laitiers avec 21,7%, des huiles et graisses avec 11,2%, et des produits de la minoterie avec 11,2%. Le sucre, quant à lui, l'Algérie en importait en 1999 un peu plus de 700 000 tonnes par an³⁷ .

Ce volume a été ramené actuellement à environ 500 000 Tonnes par an. A partir de 1994, la question du secteur privé est vue principalement sous deux aspects : d'une part, la privatisation des EPE, notamment dans le secteur industriel et d'autre part, l'ouverture à la concurrence nationale et étrangère de l'économie, ou plutôt la dérégulation partielle de certains secteurs. La première mesure autorisant la privatisation des entreprises publiques est contenue dans la loi de finance 1994, prévoyant l'ouverture partielle de certaines EPE au capital privé. En 1995, une ordonnance-cadre sur les privatisations est prise avec l'ensemble des partenaires sociaux, ensuite amendée en 1997. Elle prévoit une privatisation graduelle, en commençant par les entreprises locales. Dans le contexte du PAS, ces mesures traduisent l'engagement de l'Algérie auprès du FMI d'assainir et de reconvertir les entreprises publiques, notamment dans le secteur industriel³⁸ .

L'Etat a entamé, en 2000, la privatisation des entreprises publiques car, malgré des plans de relance et de modernisation, la plupart d'entre elles n'ont jamais réussi à être compétitives et à répondre aux besoins du marché algérien.

³⁶ Horri K. :« Secteur agroalimentaire algérien et contraintes de la privatisation », Université Ibn Khaldoun Tiaret, 02 juillet 2007

³⁷ Idem

³⁸ L'ordonnance 1/04 d'Août 2001 définit comme privatisation toute transaction se traduisant par un transfert de la propriété des EPE (de 1 à 100%) et élargit son champ à tous les domaines d'activité.

Par l'ordonnance n° 01-04 du 20 août 2001, les autorités algériennes ont engagé le processus de privatisation de 942 entreprises publiques (sur un total de 1 280 entreprises, tous secteurs confondus), dont 268 entreprises agroalimentaires : (corps gras, laiteries, minoteries, brasseries, boissons, eaux, viandes). Fabricants de matériel agricole, industries avicoles, abattoirs, entreposage, commerce, sociétés d'études, toutes les tentatives visant à réhabiliter les entreprises agroalimentaires publiques auparavant s'étaient soldées par des échecs et c'est pourquoi elles ont été privatisées. La part de marché des IAA publiques est passée en moyenne de 24 % en 1999 à 13 % en 2001 et à 5% en 2006. Les Entreprises Régionales des Industries Alimentaires et Dérivés (ERAD) ont ainsi été proposées à la privatisation dès 2001, dans le cadre d'un programme de restructuration du secteur public. Ce plan a été étendu à d'autres secteurs comme le Groupe Interprofessionnel du Lait (GIPLAIT), l'Entreprise Nationale des Corps Gras (l'ENCG), l'Entreprise Nationale du Sucre - Raffinage de Sucre (l'ENASUCRE) et l'Ensemble Boissons-Jus-Conservé (ENAJUC). Dans tous ces secteurs, les entreprises privées dominent désormais. Cependant, les entreprises publiques continuent d'assumer certaines missions comme la fourniture des produits à prix administrés, dont la production n'est souvent pas rentable (lait pasteurisé en sachets LPS, farine, semoule). Les entreprises publiques n'ont pratiquement joué aucun rôle dans la diffusion du progrès technique dans les industries agroalimentaire, dans l'accroissement de la productivité et dans la promotion de la qualité³⁹. La crise du secteur public a été accentuée par des politiques d'approvisionnement basées sur le recours systématique aux importations dans le domaine alimentaire. Ce n'est que grâce à la privatisation que certains secteurs ont pu se moderniser, grandir, devenir compétitifs et évoluer vers des normes de qualité internationale. Dans la branche des céréales, les grands groupes privés comme Sim, groupe Metidji, Benamor, etc. dominant. Dans la branche laitier, les deux systèmes subsistent : Giplait domine le marché, et LPS est peu lucratif, alors que le privé a développé les yaourts, les fromages frais, les pâtes molles, etc⁴⁰.

³⁹ Les partenariats public privé, type Eriad/Benamor ou Cegro/Lesaffre, sont récents.

⁴⁰ Agroligne N° 97- Novembre/décembre 2015 : « le marché des industries alimentaire en Algérie », page 07. In : www.agroligne.com. Consulté le 05 mai 2018.

En juillet 2010, l'Etat a lancé un programme géré par l'Agence Nationale pour le Développement de la PME (ANDPME), doté d'une enveloppe de 386 Mds DZD (près de 4 Mds €) sur cinq ans, visant la mise à niveau de 20 000 entreprises, destinées à devenir le fer de lance du développement économique, et la création de 200 000 PME. Le développement de secteurs à forte valeur ajoutée, tels que les industries agro-alimentaires, mécaniques, le BTPH, et les services devra permettre de porter de 5 à 10 % la participation de l'industrie au PIB. Ce programme national doit être complété par le programme d'appui aux PME et à la maîtrise des technologies de l'information et de la communication, lancé en mars 2011 et doté d'un budget de 44 M€, financé à hauteur de 40 M€ par l'Union européenne et de 4 M€ par l'Etat algérien.

En 2013, un programme est mis en œuvre consistant à créer 200 PME appartenant aux secteurs de l'industrie agro-alimentaire, des matériaux de construction, de la mécanique, de la transformation des métaux, de la chimie et de la pharmacie, de l'électricité, de l'électronique et des TIC.

1.3.5. De l'an 2000 à l'an 2018

Les décideurs publics voulaient utiliser la manne pétrolière en l'orientant vers des programmes économiques de relance pour insuffler une nouvelle dynamique à l'économie algérienne et promouvoir l'investissement national et améliorer les conditions de vie. Ainsi, trois programmes se sont succédé depuis 2001 jusqu'à 2014, puis un nouveau programme est en cours d'application depuis 2015. L'industrie agroalimentaire occupe au cours des années 2000 une place de choix dans l'approvisionnement du marché national en produits alimentaires qui constituent la base du système nutritionnel algérien (farine, semoule, pâtes alimentaires, lait et produits laitiers, huiles alimentaires, tomate industrielle, sucre). Même si les IAA affichent une forte dépendance vis-à-vis des marchés extérieurs, une proximité trop faible avec l'amont agricole et un déficit dans le processus de valorisation de produits locaux, le secteur des IAA contribue en 2013 à hauteur de 50 à 55% au PIB industriel (hors hydrocarbure). Il est le premier employeur dans l'industrie (40% de l'emploi avec près de 150 000 actifs occupés) et il produit 40 à 45% de la valeur ajoutée industrielle (plus de 300 milliards de DA). Ce sont les entreprises des filières céréales, lait, eaux et boissons non alcoolisées qui sont les filières clés du paysage des IAA

algériennes. Par exemple, les capacités annuelles de trituration des entreprises de la filière céréalière ayant plus de 400 unités de production sont évaluées à 110 millions de quintaux en semoule et farine représentant plus du double des besoins du marché intérieur^{4 1}.

Les productions agroalimentaires jouent donc un rôle important dans l'économie et la croissance économique globale du pays. Tous les indicateurs révèlent une tendance à la croissance du secteur et à l'amélioration de sa productivité. Les acteurs des IAA contribuent à l'amélioration de la sécurité alimentaire en approvisionnant régulièrement le marché national en produits de base (pain, farine, semoule, lait, sucre, tomate industrielle, viandes et huiles alimentaires).

1.3.5.1 Le Plan de Soutien à la Relance Economique (PSRE) : 2001-2004

Pour améliorer la situation socioéconomique dramatique de la décennie noire, en 2001, l'Etat met en place un nouveau plan triennal de soutien à la relance économique (PSRE). L'Etat continue à préserver un niveau élevé de réserves financières dans le but d'insérer l'économie algérienne dans le marché mondial. En 2002, l'Algérie signe un accord avec l'Union Européenne dans le cadre du Partenariat Euro-méditerranéen et entame des négociations pour faire partie de l'OMC^{4 2}. Les négociations piétinent et jusqu'à aujourd'hui (2018), le processus d'adhésion n'a toujours pas abouti. Le Programme de Soutien à la Relance Economique (PSRE) s'étale sur la période 2001-2004 et s'articule autour d'actions destinées à l'appui aux entreprises et aux activités productives agricoles, agroalimentaire et autres ; au renforcement du service public dans le domaine de l'hydraulique, des transports et des infrastructures ; à l'amélioration du cadre de vie ; au développement local ; et, au développement des Ressources humaines^{4 3}.

Conformément au programme du gouvernement, les actions retenues visent l'impulsion des activités économiques à travers l'ensemble du territoire national, et plus particulièrement, dans les zones défavorisées et la création d'emplois et l'amélioration du pouvoir d'achat.

^{4 1} Synthèse de l'étude « sécurité alimentaire », juillet 2016, page 3, consulté le 29 mars 2018.

^{4 2} Ritimo : « D'une économie planifiée à une économie de marché ». In: <https://www.ritimo.org/D-une-economie-planifiee-a-une-economie-de-marche>. Consulté le 07 mai 2018.

^{4 3} Hadjer A. : « L'entreprise et la relance économique », mémoire de magistère en management, université d'Oran, année 2011. In: https://www.memoireonline.com/12/13/8330/m_L-entreprise-et-la-relance-economique8.htm. Consulté le 08 mai 2018.

Elles s'inscrivent dans le cadre de la lutte contre la pauvreté et de la politique d'aménagement du territoire tendant à la réduction des déséquilibres intra et interrégionaux⁴ 4.

1.3.5.2 Le Plan Complémentaire de Soutien à la Croissance : 2005-2009

La détermination de l'Etat à combler les besoins en infrastructures s'est concrétisée par son engagement dans des grands projets d'envergure. Ainsi et en prolongement du PSRE, l'année 2005 est marquée par le lancement du plan complémentaire du soutien à la croissance (PCSC). Ce plan quinquennal de relance a absorbé ce qui n'a pas été réalisé du PSRE avec l'incorporation de nouveaux programmes. Les montants destinés au PCSC n'étaient pas fixés. Ils sont passés successivement de 55 milliards de dollars fin 2004 à 100 milliards de dollars fin 2005, puis à 140 milliards de dollars US fin 2006, et a été clôturé à presque 200 milliards de dollars fin 2009. Cette action budgétaire s'inscrit comme la précédente dans le soutien à la croissance économique, l'amélioration du climat des affaires, et l'incitation du secteur privé à s'impliquer davantage dans le développement économique du pays. Les infrastructures économiques et sociales se sont taillé la part du lion dans l'enveloppe globale destinée à ce programme. Le développement humain (santé, logement, éducation, etc.) connaît à leur tour des avancées remarquables, 25% sont destinées à l'habitat et au cadre de vie (loi de finances de 2005)⁴ 5.

Tableau 07: Structure du plan complémentaire de soutien à la croissance.

Agrégations	Montants	Pourcentage
Conditions de vie de la population	1908,5	46,6%
Développement des infrastructures de base	1703,15	41%
Soutien de développement économique	337,2	8,1%
Modernisation du secteur public	203,9	4,9%
Développement des TIC	50	1,2%
Total	4152,75	100%

Source: Benabdallah Y : «Le développement des infrastructures en Algérie: quels effets sur la croissance économique et l'environnement de l'investissement?» Article disponibles sur le site www.gate.cnrs.fr/unecaomc P.2.

⁴ 4 Idem.

⁴ 5 Seddiki M. : «Investissement public et gouvernance en Algérie : Quelle relation ? », les communications du colloque international sur l'évaluation des effets des programmes d'investissements publics 2001-2014 et leurs retombées sur l'emploi, l'investissement et la croissance économique, faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion- université Sétif 1, le 12 et 13 mars 2013.

1.3.5.3 Le plan de développement quinquennal (2010-2014)

En 2009, le gouvernement algérien présente un troisième plan de relance dans un contexte international difficile marqué par la crise financière et économique de 2007/2008. Une crise qui a touché presque toutes les économies et a plongé le monde dans une longue récession. Pendant que plusieurs pays opéraient des restrictions budgétaires sévères, l'Algérie lançait, pour 2010 - 2014, son deuxième programme quinquennal. Ambitieux par ses objectifs, important par les moyens financiers mobilisés, ce programme se veut le prolongement des deux précédents programmes de relance (2001-2009). Doté d'une enveloppe globale de 21124 milliards de dinars, soit 286 milliards de dollars US, il retient deux volets :

- Le parachèvement des grands projets déjà entamé (routes, rail, eau, etc.) pour un montant de 9700 milliards de dinars soit, 130 milliards de dollars US ;
- L'engagement de nouveaux projets pour un montant de 11534 milliards de dinars, soit près de 156 milliards de dollars US^{4 6}. En effet :
 - Plus de 40% des ressources sont réservées à l'amélioration du développement humain (la mesure de 2 millions de logements est inscrite).
 - 40% des ressources seront affectées aux infrastructures de base et des services publics.
 - L'appui au développement de l'économie nationale avec plus de 1500 milliards de dinars, dont 1000 milliards pour le soutien du développement agricole et 150 milliards pour la promotion des PME à travers la réalisation des zones industrielles, la mise à niveau et la bonification des crédits bancaires (300milliards de dinars).
 - Le développement industriel mobilise plus de 2000milliards de dinars (350 milliards sont destinés à la création d'emplois).
 - L'économie de la connaissance a mobilisé plus de 250 milliards de dinars.

Le programme réserve une place importante pour l'amélioration des conditions de vie et le développement humain et des projets d'infrastructures de base. Les objectifs concernent toujours la redynamisation de l'économie, la construction d'une économie diversifiée et productive afin de faire sortir le pays de sa dépendance aux hydrocarbures.

1.3.5.4 Le plan quinquennal de développement économique et social : 2015 - 2020

Le nouveau plan quinquennal de développement 2015-2019, qui fait suite aux plans 2005-2009 et 2010-2014, s'inscrit dans la continuité des programmes de développement et d'investissements précédents et marque, cependant, une rupture avec les méthodes d'avant. Ce plan est destiné à renforcer la résistance de l'économie algérienne aux effets de la crise financière mondiale et à développer une économie compétitive et diversifiée.

Chapitre 02 : Le secteur agroalimentaire en Algérie

^{4 6} Idem.

Ajoutons que ce programme poursuivra les investissements déjà consentis dans les secteurs des infrastructures, de l'industrie, du tourisme et de l'agriculture. La relance de l'économie productive est au cœur des préoccupations du programme. Le plan 2015-2019 se tient de contribuer à la relance de nombreux secteurs productifs comme le tourisme ainsi qu'au développement social, et à axer l'effort d'investissement à l'horizon 2019 sur l'industrie dans toutes les filières, particulièrement dans l'agroalimentaire et la pharmacie.

1.4. Le poids de l'industrie agroalimentaire dans l'économie nationale

Le secteur des industries agroalimentaire occupe une place stratégique au sein de l'économie compte tenu de son objectif principal qui vise la satisfaction des besoins essentiels en alimentation de la population.

Les industries agroalimentaires contribuent largement à la formation du Produit Intérieur Brut par la Valeur Ajoutée qu'elles créent, et contribuent aussi à l'absorption du chômage par l'emploi qu'elles créent.

Dans cette section nous avons pour objectif d'évaluer, à partir de certain indicateurs, la place occupée par les industries agroalimentaires dans l'économie nationale, que ce soit en termes de la production industrielle, ou de la valeur ajoutée ou de l'emploi productif.

1.4.1. La part des industries agroalimentaires dans la production brute : 2002-2015

En se référant aux données du tableau n°8 et de la figure n°1(annexe I), nous allons présenter la production des industries agroalimentaires, les tabacs et allumettes pour la période 2002-2015.

D'après ces données, nous remarquons qu'après une hausse significative de 60,6 %, la production dans les industries agroalimentaires affiche une variation négative de 28,3% entre la période (2003 à 2007). Après un relèvement remarquable (2,2%) observé en 2008, après une baisse de 3,2% en 2009 et de 1% en 2010. Une hausse significative de 21,0% observée en 2011, la production dans les industries agroalimentaires affiche une variation négative de -2,1% en 2012.

Le travail de grains qui s'est caractérisé par un relèvement remarquable en 2011 (+44,5%) et ce après une baisse de près de 12% observée en 2010, voit sa production rechuter en 2012 (6,5%). Les industries des tabacs et allumettes enregistrent une baisse de 7,5% en

2012 par rapport à l'année écoulée qui s'est caractérisée également par une variation de même tendance (-4,8%) mais de moindre ampleur.

Par ailleurs, l'industrie du lait enregistre une hausse de 7,9%. Ce taux est relativement appréciable, mais reste toutefois très en deçà de ceux relevés en 2010 et 2011 (respectivement +10,6% et +30,1%). Après des augmentations très importantes affichées en 2010 et 2011 (respectivement de +25,8% et de +20,7%), les produits alimentaires pour animaux accusent une décélération du rythme de hausse en 2012 en inscrivant un taux de +11,2%. Cette tendance s'explique particulièrement par la baisse (-11,2%) de produit alimentaire pour animaux enregistrée au quatrième trimestre de l'année 2012^{4 7}.

Après un relèvement remarquable (+7,2%) observé en 2014, les Industries agroalimentaires voient leur production reculer de 1,0% en 2015. La baisse a particulièrement gagné les deux derniers trimestres de l'année (respectivement -6,5% et -6,9%) alors que les deux autres se sont caractérisés par des hausses respectives de 7,6% et de 1,9%. Cette tendance est nettement observable au niveau des tabacs et allumettes qui enregistrent une décroissance de près de 22,0% en 2015, d'une ampleur beaucoup plus importante que celle relevée en 2014 (-5,6%). En revanche, le travail de grains poursuit sa tendance à la hausse et enregistre, de nouveau, une croissance de 7,8%, mais moins important que celle observée l'année précédente (+15,4%). De même, l'industrie du lait affiche une variation positive de 1,8%, mais bien en deçà de celle enregistrée l'année précédente (+8,0%).

La fabrication des produits alimentaires pour animaux enregistre également une hausse pour la deuxième année consécutive : le taux relevé en 2015 est de +5,2% et celui relevé en 2014 est de 4,7% (moins important que celui l'année précédente). Le taux d'utilisation des capacités de production continue sa tendance à la décélération. En effet, il passe de 65,7% en 2011 à 58,8% en 2012, perdant ainsi près de 7 points en une année. Ce fléchissement concerne particulièrement le travail de grains dont le taux passe, respectivement de 56,2% à 52,6 % et les industries de tabacs (passant de 105,8% à 85,6%).

^{4 7} Collections Statistique n° 180/2013, Série E : Statistiques Economiques n°74 : «Évolution des principaux paramètres du secteur industriel 2010 à 2012», Direction Technique Chargée des Statistiques Economiques et du Suivi de la Conjoncture, Office National des Statistiques, Alger, Juillet 2013.

^{4 8} Collections Statistique n° 202/2016, Série E : Statistiques Economiques n°89 : «Évolution des principaux paramètres du secteur industriel 2013 à 2015», Direction Technique Chargée des Statistiques Economiques et du Suivi de la Conjoncture, Office National des Statistiques, Alger, Novembre 2016.

Après un gain de 5,1 points observé entre 2013 et 2014, le taux d'utilisation des capacités de production de l'industrie agro-alimentaire acquiert encore 3 points en 2015, passant respectivement de 64,0% à 67,0%^{4 8}. Cette tendance est perceptible, particulièrement, au niveau du travail de grains dont le taux passe de 63,4% à 67,5% cumulant un total de plus de 4 points.

Annexe 1: Evolution de l'indice de la production des industries agroalimentaires, les tabacs et allumettes en 2002 à 2015.

1.4.2. La structure de la valeur ajoutée des industries agroalimentaires

Dans le tableau ci-dessous, je vais présenter la répartition de la valeur ajoutée des industries agroalimentaires à l'instar de tous les secteurs d'activité.

Tableau 9: Structure de la valeur ajoutée hors hydrocarbures par secteur d'activité et secteur juridique :(2010-2015).

Intitulé/agrégation	2010*		2011*		2012*		2013**		2014**		2015**	
	Public	Privé	Public	Privé	Public	Privé	Public	Privé	Public	Privé	Public	Privé
Eau et Energie	100	0,0	100	0	100	0	100	0	100	0	100	0
Mines et Carrières	86,2	13,8	88,1	11,9	88,7	11,3	90,2	9,8	91,4	8,6	92,0	8,0
I.S.M.M.E.T	91,6	8,4	91,8	8,2	92,2	7,8	92,5	7,5	92,5	7,5	93,2	6,8
Mat. Construction	46,8	53,2	46,5	53,5	44,7	55,3	46,3	53,7	47,0	53,0	48,0	52,0
Chimie et Plastiques	32,4	67,6	27,0	73,0	25,8	74,2	25,2	74,8	22,7	77,3	22,3	77,7
Agroalimentaires	14,0	86,0	13,8	86,2	12,7	87,3	12,7	87,3	12,9	87,1	13,1	86,9
Textiles	15,5	84,5	13,8	86,2	11,7	88,3	11,9	88,1	12,0	88,0	12,8	87,2
Cuir et chaussures	11,5	88,5	10,0	90,0	10,6	89,4	10,4	89,6	10,8	89,2	10,3	89,7
Bois et papier	49,3	50,7	54,4	45,6	53,1	46,9	53,4	46,6	53,1	46,9	50,5	49,5
Industries Diverses	95,4	4,6	95,6	4,4	95,6	4,4	95,1	4,9	94,9	5,1	93,6	6,4
TOTAL	54,2	45,8	52,9	47,1	51,4	48,6	51,2	48,8	50,1	49,9	50,0	50,0

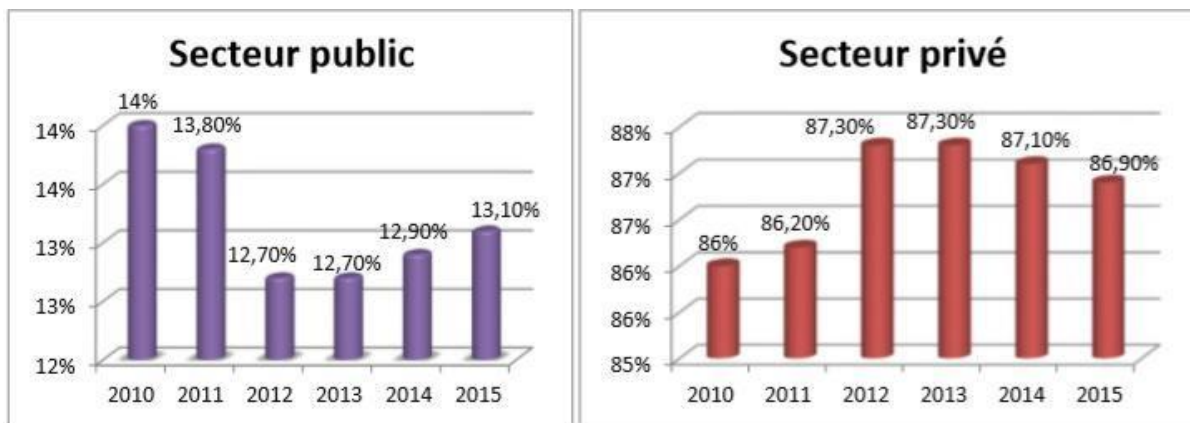
°-Taux d'utilisation des capacités de production.

Source : établi par nous même à partir des données de :

° : Collections Statistiques N° 180/2013, Série E : Statistiques Economiques N° 74 : « Activité industrielle de l'année 2012 », La Direction Technique Chargée des Statistiques d'entreprises et du Suivi de la Conjoncture, Office National des Statistiques, Alger, Juillet 2013.p27. *Idem.p13.

** Collections Statistiques N° 202/2016, Série E : Statistiques Economiques N°89 : « Activité industrielle : 2005-2015 », La Direction Technique Chargée des Statistiques Economiques et du Suivi de la Conjoncture, ONS, Alger, novembre 2016.p11.

Figure 03 : Structure de la valeur ajoutée des industries agroalimentaires par secteur juridique : (2010-2015).



Source : Graphique réalisé à partir des données du tableau N°8

De la lecture des données du tableau n° 06, nous remarquons la prédominance du secteur privé sur le secteur public où celui-ci avoisine les 90% de la création de la valeur ajoutée du secteur. De plus, nous remarquons que la valeur ajoutée du secteur public baisse continuellement mis à part la dernière hausse de 1,6% entre 2014 et 2015. Par contre, la valeur ajoutée du secteur privé, ne cesse d'augmenter et ce depuis 2010 jusqu'à 2014. En 2015, contrairement au secteur public, le secteur privé connaît une baisse de (-0,22%). Par ailleurs, comparativement aux autres secteurs, nous remarquons que la valeur ajoutée du secteur des industries agroalimentaires pour le secteur public vient en huitième position, et celle du secteur privé vient en troisième position.

1.4.3. Evolution du chiffre d'affaire du secteur agroalimentaire à l'instar des autres secteurs : 2010-2015.

Dans le tableau ci-dessous, nous allons présenter la répartition du chiffre d'affaire des industries agroalimentaires à l'instar de tous les secteurs d'activité.

Tableau 10 : Evolution du chiffre d'affaire par secteur d'activité (secteur public national) : 2010-2015

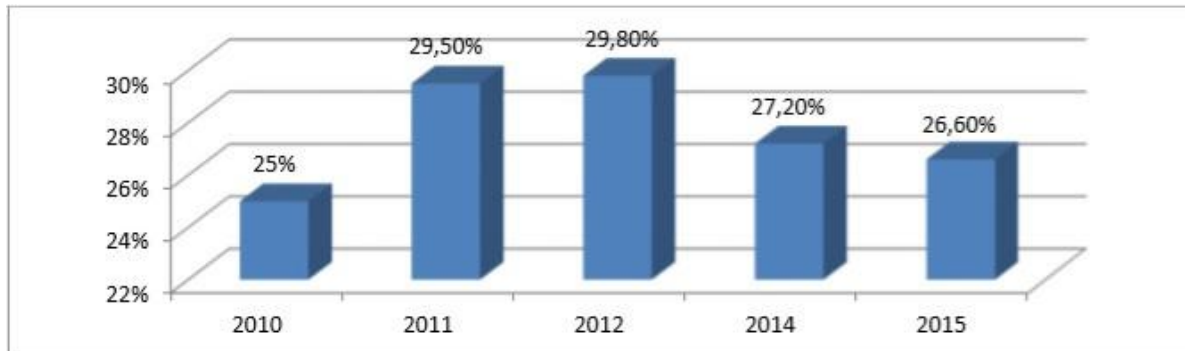
Intitulé et agrégation	Chiffre d'affaire en 10*6 DA						Structure en (%)					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2010	2011	2012	2013	2014	2015

Chapitre 02 : Le secteur agroalimentaire en Algérie

Mines et carrières	20937	20471	23095	20364	20633	24145	6,6	5,8	6,5	5,0	5,2	5,6
I.S.M.M.E.E	99896	102551	107345	148059	138451	151893	31,6	29	30,1	36,4	34,6	35,0
Matériaux de construction et verre	56734	66415	62569	70316	74093	83478	18	18,8	17,6	17,3	18,5	19,2
Chimie et pharmacie	30478	29274	29436	29550	26987	27157	9,7	8,3	8,3	7,3	6,8	6,3
Agroalimentaire et tabac	78883	104412	106172	110322	108908	115704	25	29,5	29,8	27,1	27,2	26,6
Textiles, bonneteries et confection	12462	12308	7053	8024	9032	10480	3,9	3,5	2	2,0	2,3	2,4
Cuirs et chaussure	1904	1867	2344	2217	2868	2508	0,6	0,5	0,7	0,6	0,7	0,6
Bois, liège et papier	14416	15962	18152	17611	18746	18831	4,6	4,5	5,3	4,3	4,7	4,3
Total	315709	353261	356167	406463	399720	434196	100	100	100	100	100	100

Source : Ecofie, cité par ONS : « l'activité industriel année 2005-2015 », série E, statistiques économiques N°89-novembre 2016.p18

Figure 4 : Evolution du chiffre d'affaire du secteur agroalimentaire et tabac (secteur public national) : 2010-2015.



Source : Graphique réalisé par nos soins à partir des données du tableau N° 7

Les industries agroalimentaires et tabacs dont la variation en 2011 était de 32,4%, affichent une hausse très en deca en 2012 (+1,7%), après une baisse de 1,3% enregistrée en 2014, les industries agro-alimentaires, tabacs et allumettes marquent un net relèvement en 2015, en inscrivant une augmentation de 6,2%. Néanmoins, la part dans la structure totale affiche une perte, quoique légère, avec un taux passant respectivement de 27,2% à 26,6%. Par ailleurs, comparativement aux autres secteurs, nous remarquons que le chiffre d'affaire des industries agroalimentaires vient en deuxième position après les industries sidérurgiques, métalliques, mécaniques, électroniques et électriques (I.S.M.M.E.E).

1.4.4. Evolution de l'emploi dans le secteur agroalimentaire (2010-2015)

En matière d'emploi, les effectifs employés dans le secteur des industries agroalimentaires augmentent depuis 2010 jusqu'à 2015 et dont le poids est relativement important. Néanmoins, ce rythme d'évolution connaît une légère régression depuis 2013 à 2015. Comparativement aux autres secteurs, nous trouvons que le secteur des industries agroalimentaires est le deuxième employeur après les industries sidérurgiques, métalliques, mécaniques, électroniques et électriques (I.S.M.M.E.E). Confirmant ainsi, une fois de plus le rôle des industries agroalimentaires dans la création d'emploi.

Tableau 11 : Evolution de l'emploi par secteur d'activité (secteur public national) 2010-2015.

Intitulé et agrégation	Emploi						Structure en (%)					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Mines et carrières	6576	6599	6687	6745	6987	7037	6,5	6,4	6,7	6,5	6,4	6,4
I.S.M.M.E.E	33821	34062	34825	38438	44266	44963	33,3	33,2	34,7	37,0	40,4	41,1
Matériaux de construction et verre	13667	13480	13135	13453	13372	13678	13,4	13,1	13,1	13,0	12,2	12,5
Chimie et pharmacie	9611	7648	7461	7157	6827	6528	9,4	7,5	7,4	6,9	6,2	6,0
Agroalimentaire et tabac	19169	19486	19854	19851	20293	20200	18,8	19	19,8	19,1	19,1	18,5
Textiles, bonneteries et confection	11075	10832	7421	7414	7215	6897	10,9	10,6	7,4	7,1	7,1	6,6
Cuirs et chaussure	1367	1483	1590	1573	1633	1565	1,3	1,4	1,6	1,5	1,5	1,5
Bois, liège et papier	6431	9025	9506	9247	8929	8641	6,3	8,8	9,5	8,2	8,9	8,2
Total	101708	102615	100479	103878	109522	109509	100	100	100	100	100	100

Source : Ecofie, cité par ONS : « l'activité industriel année 2005-2015 », série E, statistiques économiques N°89-novembre 2016.p19

1.5.Aperçu global sur la filière agroalimentaire en Algérie

Les Industries Agroalimentaires (IAA) en Algérie ont connu leur essor dans les années 70 avec les programmes publics de développement visant à la création de sociétés nationales, notamment dans les filières céréales, lait, eaux et boissons^{4 9}. Ces filières restent les plus importantes mais sont suivies maintenant par celles du sucre, des corps gras, des conserves, des viandes, etc.

^{4 9} www.agroligne.com consulté le 12 avril 2017

La production agroalimentaire joue donc un rôle important dans l'économie et la croissance économique globale du pays, elle serve une grande partie des biens alimentaires sur la base des filières (produits céréaliers, lait de consommation, sucre, huiles boisson, élevage de volaille, alimentation de bétail...) à partir soit de l'importation de matière première et semi finis, soit de la production locale transformée. Parmi les différentes filières de l'industrie agroalimentaire on trouve celles qui prennent une place importante dans ce secteur sont les céréaliers et laitiers, l'huile, raffinage de sucre.

Globalement toutes les filières jouent un rôle très important dans l'industrie agroalimentaire en utilisant et offrant des produits et matières brutes (glucose, levures, extraits, conservateurs, matières premières) et elles sont comme suit^{5 0} :

- **Lait** : laiterie, fromagerie, yaourtière, crèmerie (crème, crèmes glacées).
- **Viandes rouges, blanches** : abattoirs, transformation, conservation et préparation.
- **Pêche** : conserverie, conservation et préparation.
- **Fruits** : secs, jus, marmelades et confitures.
- **Légumes** : conserverie, congélation, préparation (broyé, séché et congelé).
- **Boissons** : eaux, boissons gazeuses et fruitées.
- **Huiles et graisses** : huiles alimentaires, huiles d'olives, margarines, beurres, graisses végétales et animales.
- **Céréales** : meuneries, semouleries, couscoussières, boulangerie, pâtisseries, pains industriels et biscuiteries.

Les exportations algériennes de produits agricoles et agroalimentaires se sont chiffrées à 316 millions de dollars en 2014 pour une quantité de plus de 570000 tonnes, le sucre représente 72% du montant global des exportations agricoles et agroalimentaires avec un montant de 228,14 millions de dollars pour 476.500 tonnes, suivi des dattes près de 39 millions de dollars pour 26.000 tonnes, des eaux minérales et gazéifiées 15,4 millions de dollars et du beurre 7,7 millions de dollars. Les autres produits dont l'exportation a dépassé, chacun, un (1) million de dollars sont la poudre et graines de caroube (6 millions de dollars), les pâtes alimentaires (5,6 millions de dollars), le yoghourt (3,8 millions de dollars), les oignons (2 millions de dollars), le couscous (1,5 million de dollars), les jus (1,47 million de dollars) et les mélasses (1,45 million de dollars). Parmi les autres produits dont l'exportation a été inférieure à un (1) million de dollars, figurent les semoules, les truffes, les viandes, cigarettes, olives, huile d'olive, raisins, friandises, tomate fraîche et concentrée, figues fraîches, oranges et abricots^{5 1}.

^{5 0} Publication de Ministère de l'agriculture et du développement rural, 2017.

^{5 1} <http://maghrebemergent.info/economie/algerie/47535-les-exportations-agricoles-atteignent-316-millions-dedollars-en-2014.html>

L'industrie agroalimentaire en Algérie reste toujours marginale et très peu pour avoir une part dans les marchés extérieurs, le développement du secteur agro-alimentaire devrait donc s'appuyer sur un développement parallèle du secteur de l'agriculture, qui devra évoluer vers une agriculture économique avec de véritables exploitations agricoles intensives et de grandes tailles ; d'où la nécessité d'accélérer la mise en place des textes d'application à la loi d'orientation agricole devant faciliter l'accès au foncier agricole et recomposer l'espace rural⁵ 2.

1.6. DEVELOPPEMENT DE L'AGROALIMENTAIRE EN ALGERIE

Le Développement de l'agroalimentaire en Algérie dépend en grande partie des dispositions prises au niveau agricole.

La rentabilité des entreprises agroalimentaires surtout celles qui transforment les fruits et les légumes, est tributaire et dépendante de la régularité et du niveau de la production pour dégager des excédents de production.

Cependant des partenariats peuvent se réaliser entre producteurs et transformateurs : Production à la demande et régulière. Cette forme permettra aux transformateurs d'établir des calendriers de travail et de pouvoir faire des combinaisons Fruits et Légumes.

Pour le développement de l'industrie agroalimentaire, l'effort à fournir particulièrement par l'Agriculture portera essentiellement sur les actions suivantes.

1. Réorganiser le secteur productif agricole.
2. Faciliter le financement des programmes de production.
3. Assister les agriculteurs à produire des fruits et légumes selon le calendrier de transformation élaborés par les entreprises agroalimentaires.

Le développement des industries agroalimentaires se fera en parallèle avec celui des exploitations agricoles donc une mise à niveau s'impose pour tous les opérateurs.

Il faudrait développer une filière complètement, exemple de la plantation des plants d'olivier jusqu'à la cueillette des olives .Ce qui suppose que les opérateurs des deux bords se mettent d'accord pour le programme de fonctionnement et d'équipement.

Bien sur toutes ces actions ne sont pas déterminantes surtout que le secteur agroalimentaire est toujours méfiant au vue de la production agricole qui n'est pas stable et qui ne réponde pas aux normes de transformation.

Pour lever cette contrainte et de faire économies sur la facture alimentaire, il serait indispensable que les opérateurs industriels et agricoles se mettent d'accord sur une approche qui permettrait de développer notre industrie alimentaire et d'être performant et qualitatif sur le plan de production.

Le développement des industries de transformation entraînera le développement des espèces arboricoles dont les fruits seront destinés à la transformation.

Section 2 : La présentation de l'industrie agroalimentaire à Bejaia

Dans cette section, nous allons faire une description générale du secteur agroalimentaire dans la wilaya de Bejaia dans un premier temps, puis nous allons passer à la présentation de l'état des lieux des entreprises agroalimentaires dans la même wilaya mais, nous allons nous intéresser seulement à celles qui présentent leurs produits sur les marchés internationaux dans un deuxième temps.

2.1. Le secteur d'industrie agroalimentaire dans la wilaya de Bejaia

L'industrie agroalimentaire constitue la branche principale de l'industrie de la wilaya de Bejaia avec 792 entreprises soit 24% de la totalité des entreprises, offrant 10 995 postes d'emplois, soit 33,71% du totale des postes d'emploi.

Tableau 12 : Répartition des entreprises et de l'emploi selon les branches de l'industrie

Secteur d'activité	Entreprises		emploi	
	nombre	%	Nombre	%
Mines et carrières	33	1	469	1,44
I.S.M.M.E	548	16,61	2454	7,52
Matériaux de construction, céramique et verre	314	9,52	2007	6,15
Chimie, caoutchoucs et plastique	165	5	1093	3,35
Industries agroalimentaire	792	24	10995	33,71
Industrie textile, bonneterie et confection	300	9,09	2290	7,02
Industrie des cuirs et	7	0,22	284	0,87

chaussures				
Industries du bois, liège, papier et imprimerie	1073	32,53	3469	10,64
Industries diverses	67	2.03	9555	29,30
Total	3299	100%	32616	100%

Source : Réaliser à partir des données collectées auprès de la DMI « direction des mines et de l'industrie ».

Les données du tableau ci-dessus, me montrent que le secteur de l'industrie agroalimentaire occupe la deuxième place après l'industrie du bois, liège, papier et imprimerie, ce secteur « industrie bois » est composé essentiellement des micros entreprises « menuiseries», ce qui explique son classement dans la deuxième place en termes d'emploi, après l'industrie agroalimentaire qui offre plus de 33% d'emploi. Par ce dernier je constate que l'industrie agroalimentaire est le secteur le plus recrutant d'emplois par rapport aux autres secteurs, cela influence même à la diminution de taux de chômage de la wilaya de Bejaia en particulier et au niveau national en général.

2.2. Les entreprises agroalimentaires exportatrices dans la wilaya de Bejaia

Le tableau ci-dessous, me permis de classifier les entreprises agroalimentaires exportatrices de la wilaya de Bejaia selon leur spécialisation.

Tableau 13 : Les entreprises agroalimentaires exportatrices dans la wilaya de Bejaia.

Les entreprises exportatrices	Localisation	Spécialisation
SET TOUDJA	Bejaïa	produits eaux minérales et boissons aux fruits fabriqués par les entreprises du groupe « GB ».
PRIMA VIANDES	Akbou	La transformation de viande surgelée
PASTA WORLD	Akbou	Production des produits à base de céréales
Ibrahim et fils (IFRI)	IGHZER AMOKRANE	Production des boissons
SPA CEVITAL	Bejaia	Production d'huile, de corps gras et de margarine et production sucrières
SPA COGD LA BELLE	Bejaia	Production d'huile, de

		corps gras et de margarine
SARL HUILERIE	Ouzellaguen	Production d'huile, de corps gras et de margarine
SARL GENERAL PLAST	Akbou	La fabrication de la préforme en PET (polyéthylène Téréphtalate)
ETS KHODJA& CIE	SEDDOUK	Les produits oléicoles et du terroir.
RAMDY	AKBOU	La production des yaourts, crèmes desserts, fromages frais et fondus
LAITERIE SOUMMAM	AKBOU	Production des produits Laitiers
EURL PALANIA	AKBOU	Transformation de papier et fabrication Palettes en carton ondulé sur mesure
SARL Limonadière de la Soummam	SEMAOUN	Production des boissons
SARL SOUMMAM GRANI	AKBOU	Production des produits à base de céréales
SPA AGRANA	AKBOU	la préparation et l'élaboration de fruits destinés à l'industrie agroalimentaire.
ALMAG	AKBOU	la fabrication des margarines et dérivés
OUASDI	Bejaia	la transformation et l'exportation de la caroube et ses dérivées.
SARL TCHIN-LAIT	Bejaia	Produits laitiers et dérivés et Produits de la conserverie
AMIMER ENERGIE	SEDDOUK	la fabrication et l'installation de groupes électrogènes et de centrales électriques
SARL KERDJA	Bejaia	Fruits et légumes

Source : établi à partir des données de la direction de commerce de la wilaya de Bejaia bulletin annuel 2020

L'industrie agroalimentaire de la wilaya de Bejaia est constituée de 20 entreprises exportatrices qui se spécialisent dans plusieurs branches d'activités. Ces entreprises occupent une place importante dans l'économie nationale, cela s'explique par le nombre d'emplois qu'elles offrent. Ainsi qu'elles participent à la réalisation d'autosatisfaction alimentaire.

Conclusion

Nous avons conclu à partir de ce chapitre, le secteur des industries agroalimentaires répond à deux principaux objectifs permettant le développement et l'amélioration de l'économie algérienne. En premier lieu, il a pour objectif d'assurer la sécurité alimentaire du pays ainsi que la sécurité sanitaire. Et en second lieu, il assure la satisfaction des besoins essentiels de la population, en plus de ce qu'ils ont connu une formidable croissance de la production nationale et la compétitivité des entreprises, une augmentation des exportations hors hydrocarbures et l'amélioration de produit intérieur brut (PIB) est plus particulièrement.



Chapitre III

Introduction

La wilaya de Bejaia, c'est l'une des régions de l'Algérie, qui est riche en plusieurs ressources naturelles, économiques et composée d'infrastructures de base qui encouragent les investisseurs à investir davantage dans ce domaine. Dans cette région, le secteur agroalimentaire occupe de même une place importante dans l'économie nationale.

Dans ce chapitre, nous mettrons un lien entre les aspects théoriques précédemment étudiés et notre étude empirique. Cette dernière s'articule autour d'un questionnaire distribué auprès des entreprises de la wilaya de Bejaia, plus précisément celles appartenant au secteur agroalimentaire.

Pour cela, nous allons procéder à une présentation du territoire de la wilaya de Bejaia, où s'est déroulée notre enquête. Par la suite, nous exposerons la démarche méthodologique que nous avons adoptée pour répondre à notre problématique de recherche. Enfin, nous interpréterons les résultats de l'enquête effectuée sur le terrain.

Section 1 : Les données essentielles du territoire d'étude

Dans cette section, sert à présenter le territoire où se trouvent notre cas d'étude, nous mettons l'accent sur quelques points essentiels pour avoir une connaissance correct de la région.

1.1 La présentation de la wilaya de Bejaia

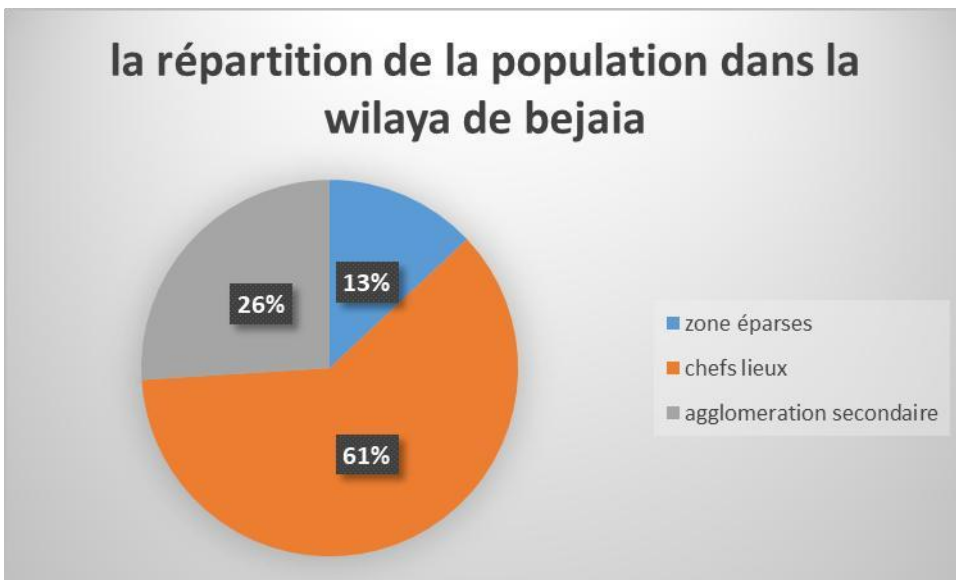
C'est l'une des wilayas les plus illuminées du pays, elle ouvre sur la mer méditerranée, elle se trouve entre les massifs du Djurdjura, des Bibans et des Babors avec une superficie de 322348 Ha. Fondée en 1067 par MOULAY NACER et ce pour des raisons commerciales (d'ouverture sur l'extérieur), c'est aussi l'une des villes les plus riches par son histoire, ses vastes sites et vestiges historiques en témoigne et c'est à partir de celle-ci que les chiffre arabes ont été popularisé en Europe.

La wilaya de Bejaïa fut marquée par la présence de plusieurs civilisations, notamment les phéniciens, les romains, les vandales et les byzantins, ainsi que les Hammadides qui ont marqué par leurs présence la période de la prospère de la ville sans

Chapitre 03 : Exportations de la filière Agro-alimentaire de Bejaïa : Résultats de l'enquête

oublier le passage des turcs, espagnoles et les français. Ces deux colonisations ont rasés une partie considérable des sites historiques pour donner naissance à la ville que l'on connaît aujourd'hui, hormis, une partie de Bab el-louz et Karamane, ainsi une grande partie fut détruite par les occupations espagnoles et françaises on supprimant certaines civilisations qui ont marqué ce territoire. La ville a adopté plusieurs noms d'ont on cite : Bgayet, bougie, bugia, buggea, et enfin Bejaia. La population est répartie de manière inégale, en effet, une grande partie vit dans les chefs-lieux avec près de 61% de la population et 21% dans les agglomérations de second degré et le reste dans les zones éparses.

Figure 5: La répartition de la population dans la wilaya de Bejaia



1.2 L'économie de la wilaya :

L'implantation de nouvelles zones industrielles en relation avec le développement portuaire promeut le secteur de la logistique notamment avec la présence du port de Bejaia, (deuxième port d'Algérie après celui d'Alger). Le développement des pôles économiques de Bejaia, El-Kseur et Akbou a favorisé l'implantation de grandes entreprises ainsi que de très nombreuses petites et moyennes industries performantes. Les atouts sont nombreux et

Chapitre 03 : Exportations de la filière Agro-alimentaire de Bejaïa : Résultats de l'enquête

favorisent le dynamisme de l'économie, permettant à cette wilaya de se classer comme un territoire compétitif et très attractif, notamment dans l'industrie agroalimentaire, ce qui fait d'elle l'un des 06 Pôles d'Excellence et de Compétitivité (POC) existants en Algérie qui intègre les wilayas suivantes « Sétif – Bejaia – Bourdj-Bou-Arreridj – M'sila », POC orienté principalement sur les domaines d'activité de l'agroalimentaire, la plasturgie, la biotechnologie et la productique. (SNAT 2025). La wilaya de Bejaia figure au Programme d'Action Territorial (PAT) n°10 du SNAT 2025 (sur un total de 20 PAT), relatifs au système hiérarchisé, comme étant une ville relais du Tell pour appuyer et relayer en profondeur dans le territoire national, les métropoles et articuler le Nord et les hauts plateaux. Les liaisons internes devront être assurées en direction des pôles économiques à savoir El-Kseur et Akbou mais également avec B.B.Arreridj et Sétif.

1.3 Aspect administratif :

S'étendant sur une superficie de 322 348 ha, la wilaya de Bejaia comporte:

- 52 Communes
- 19 Daïras

Figure 6: Carte de distribution des IAA sollicitées sur la zone d'étude.









Chapitre 03 : Exportations de la filière Agro-alimentaire de Bejaïa : Résultats de l'enquête

- 1 - Adekar 5- Barbacha 9- Darguina 13- Ouzellaguen 17- Tazmalt
 2 - Akbou 6- Bejaia 10- El-Kseur 14- Seddouk 18- Tichy
 3 - Amizour 7- BeniMaouche 11- Ighil Ali 15- Sidi-Aïch 19- Timezrit
 4 - Aokas 8- Chemini 12- Kherrata 16- Souk-El-Ténine

Photos	Dairas	Communes
	ADEKAR	Adekar, Taourirt, Ighil, BeniKsil
	AKBOU	Akbou, Chellata, Ighram, Tamokra
	AMIZOUR	Amizour, Bendjellil, Semaoune, Farraoun
	BARBACHA	Barbacha, Kendira
	BEJAIA	Bejaïa, OuedGhir

Chapitre 03 : Exportations de la filière Agro-alimentaire de Bejaïa : Résultats de l'enquête

	<p>BENIMAUCHE</p>	<p>BeniMaouche</p>
	<p>CHEMINI</p>	<p>Chemini, Tibane, SoukOufella, Akfadou</p>
	<p>DARGUINA</p>	<p>Darguina, AitSmail, Taskriout</p>
	<p>ELKSEUR</p>	<p>ElKseur, Ifenainlmathen, Toudja</p>
	<p>IGHILALI</p>	<p>IghilAli, AitR'Zine</p>
	<p>KHERRATA</p>	<p>Kherrata, DraaElKaid</p>

Chapitre 03 : Exportations de la filière Agro-alimentaire de Bejaïa : Résultats de l'enquête

	<p>OUZELLAGUEN</p>	<p>Ouzellaguen</p>
	<p>SEDDOUK</p>	<p>Seddouk,Amalou,M'cisna,Bouhamza</p>
	<p>SIDIAICH</p>	<p>SidiAich, ElFlaye,Tinabdher,Tifra,SidiAyad</p>
	<p>SOUKELTENINE</p>	<p>SoukElTenine,Melbou,Tamridjet</p>
	<p>TAZMALT</p>	<p>Tazmalt,BeniMelukeche,Tamridjet</p>
	<p>TICHY</p>	<p>Tichy,Boukhelifa,TalaHamza</p>
	<p>TIMEZRIT</p>	<p>Timezrit</p>

1.4 Ressources naturelles (secteurs porteurs) :

- **Agriculture** : Une superficie agricole utile de 129 848 ha dont 6 599 ha irrigués, et une fertilité des sols lui conférant des aptitudes à une exploitation intensive dans le domaine du maraichage, agrumes, fourrages et élevages bovins laitiers et avicoles.
- **Forêt** : Superficie totale de 122 500 ha
- **Hydrique** : Les ressources hydriques s'élèvent à près de 426 hm³.
- **Mines** : Le territoire recèle des gisements de substances minérales, métalliques et non métalliques importantes en plus des 22 exploitations minières existantes.
- **Pêche** : De réelles possibilités de production halieutiques s'offrent à la wilaya grâce à sa façade maritime.
- **Industries** : Bejaïa dispose d'un tissu industriel important et diversifié. On dénombre 220 unités en activité couvrant presque toutes les branches d'activités, mais avec une dominante manufacturière et de transformation agroalimentaire.

1.5 Infrastructure de base :

- **Réseau routier** : routes nationales (393.37 Km), chemins de wilaya (411.7 Km) et chemins communaux (3 228 Km).
- **Réseau ferroviaire** : longueur de la voie ferrée de 90 Km
- **Réseau aéroportuaire** : 1 aéroport
- **Réseau portuaire** : 1 port constituant un atout stratégique pour toute la région pour le trafic de marchandises, avec capacité d'embarquement de 7 991 675 T et de débarquement de 7 856 330 T (de marchandise).

Sur un total de 72 zones industrielles s'étendant sur une superficie de plus de 12 000 et un ensemble de 450 zones d'activités réparties sur plus 17 000 hectares sur tout le territoire national, Bejaïa en compte 03 industrielles d'une superficie de 209 hectares et 17

Chapitre 03 : Exportations de la filière Agro-alimentaire de Bejaïa : Résultats de l'enquête
zones d'activités dans une superficie de 131 hectares.

1.6 Industries agroalimentaires :

L'industrie de la wilaya de Bejaia connaît ces dernières années une ascension remarquable au niveau nationale, avec un tissu industriel diversifié et d'une densité forte. La wilaya de Bejaia arrive même à concurrencer les grandes métropoles (Alger, Oran, Annaba, ...) en matière d'attraction des investisseurs nationaux et étrangers. La densité industrielle de Bejaia est plutôt dominée par les industries agro-alimentaires avec un taux avoisinant 50 % du nombre de PME/PMI du total du secteur industriel. Ces entreprises se répartissent inégalement sur le territoire de la wilaya. La plus grande part se localise dans les grands centres urbains. En outre, les plus importantes d'entre elles se trouvent dans les parcs d'activité, c'est-à-dire dans les zones industrielles et les zones d'activités spécialement aménagées. Actuellement, les trois zones industrielles (Bejaia, El-Kseur et Akbou) ainsi que certaines zones d'activité (TaharachtAkbou, El-Kseur) regroupent presque la totalité des moyennes et grandes industries.*

Tableau 14 : Les différents métiers des PME AA dans la wilaya de Bejaia

Métiers des IAA	Nombre	%
production d'eau minérale et d'eau de source	111	24,56%
biscuiterie, pâtisserie et produits de régime	88	19,47%
abattage et découpage industriel de viandes de boucherie (abattoir industriel)	56	12,39%
préparation de café, thé, chicorée (brulerie de café)	48	10,62%
transformation et conservation de fruits et légumes	31	6,86%
industrie de la chocolaterie	21	4,65%
fabrication de glaces industrielles	13	2,88%
conserverie de fruits et légumes	13	2,88%
production industrielle de crèmes glacées et autres produits glaces	11	2,43%

Chapitre 03 : Exportations de la filière Agro-alimentaire de Bejaïa : Résultats de l'enquête

grillage des fruits secs et étuvage des légumes secs	11	1,43%
Autre	49	10,84%
Total	452	100,00%

Source : CNRC, 2018

1.7 Bejaia se classe 3e en terme de nombre de PME

Durant la deuxième séance de la session ordinaire de l'assemblée populaire de wilaya, tenue mercredi, les élus ont eu à débattre de la situation du secteur de la petite et moyenne entreprise et de la petite et moyenne industrie (PME-PMI). Selon le premier responsable du secteur, la wilaya de Bejaia est classée troisième au niveau national, après Alger et TiziOuzou, en terme de nombre de PME avec ses 13.464 unités employant 45.628 travailleurs.

Le bâtiment et travaux publics, les commerces et le transport et communications sont les secteurs d'activité dominants. Selon le même responsable, les PME de l'industrie agroalimentaire occupent une place importante dans le marché national non pas par le nombre mais par la plus-value et la qualité des produits. La richesse de la wilaya en ressources hydriques, a été un facteur déterminant dans la filière des boissons et du lait, en plus de la réalisation d'un centre de recherche en agroalimentaire à l'université de Bejaia.

1.8 Présentation du secteur des PME au niveau de la wilaya Bejaia

A : population des PME

D'après le bulletin d'informations 2017 la population globale des PME s'élève à 1 060 289 entités dont près de 57% sont constituées de personnes morales, parmi lesquelles on recense 264 Entreprises Publiques Economiques (EPE). Le reste est composé de personnes physiques (44%), dont 21% de professions libérales et 23% d'activités artisanales.

Tableau 15 : Population globale des PME au 2017

Type de PME	Personne moral	Personne physique	Profession libéral	Activité artisanat
-------------	----------------	-------------------	--------------------	--------------------

Chapitre 03 : Exportations de la filière Agro-alimentaire de Bejaïa : Résultats de l'enquête

PME Public	595810	464215	220516	243699
PME privé	264	-	-	-
Total	596074	464215	220516	243699

Source : bulletin d'information statistique n°=31 indicateur 2017 ministère de la PME et artisanat

Dans ce tableau on peut faire un pourcentage pour les composantes de PME et on trouve que les personnes physiques occupent 44%, et les personnes morales 56%.

B : Par statut juridique et secteur d'activité

Dans le tableau on observe que les PME publiques exercent dans tous les secteurs d'activité de l'économie nationale, et on observe aussi des parts équitables dans l'Agriculture et l'Industrie (31,82% des PME/EPE) ensuite les Services (26,52%). 1. PME Privées Le nombre total des PME privées à la fin du 2017 est de 1 060 025. Elles sont concentrées au niveau du secteur des services (le transport en particulier), l'Artisanat et le BTPH (le Bâtiment en particulier).

Tableau 16 : Répartition des PME privées par secteur d'activité

Secteur d'activité	Nombre	Par %
Agriculture	6392	0.60
Hydrocarbure, énergie, mines, et services liés	2843	0.27
BTPH	177727	16.77
Industrie manufacturière	92804	8.75
Service y compris les professions libérales	536560	50.62
Artisanat	243699	22.99
Total	1060025	100

Source : tableau construit à partir des données de bulletin d'information et des statistiques du ministère de la PME et de l'artisanat

C : par région

Selon la répartition spatiale du SNAT, les PME (personnes morales) sont prédominantes dans le Nord et, à un degré moindre, dans les Hauts-Plateaux.

Tableau 17: Concentration des PME privées (personnes morales) par région

Région	Nombre de PME	Taux de concentration
Nord	415242	69
Haut- plateaux	129767	22
Sud	50801	2
Total	595810	100

Source : bulletin d'information statistique n°= 31 indicateur 2017 ministère de la PME et d'artisanat

Dans le tableau en constate que la région du Nord regroupe, 401 231 PME, avec un part du 69 % des PME du pays, suivie par la région des Hauts-Plateaux avec 126 051 PME soit 22%, et les régions du Sud et du Grand Sud accueillent 50 104 PME soit 9% du total.

D : densités

Selon les dernières statistiques de l'ONS sur la démographie (40,4 Millions d'habitants au 1er janvier 2016) la moyenne nationale des PME est de l'ordre de 23 PME (tous statuts confondus) pour 1.000 habitants. Ce ratio national diminue à 17 pour 1.000 habitants pour les PME privées de type « personnes morales » et présente un écart important d'une région à l'autre du pays : 20 PME privées pour 1000 habitants au Nord du pays, 13 PME privées pour 1000 habitants dans la région des Hauts Plateaux. 16 PME privées pour 1000 habitants dans la région du Sud. PME privées de type « personnes morales » et présente un écart important d'une région à l'autre du pays : 20 PME privées pour 1000 habitants au Nord du pays, 13 PME privées pour 1000 habitants dans la région des Hauts Plateaux. 16 PME privées pour 1000 habitants dans la région du Sud.

Tableau 18: Densité des PME privées par région

Régions	Nombre des PME	Densité
Nord	415242	20
Hauts-plateaux	129767	13
Sud	50801	16
Total	595810	17

Source : bulletin d'information statistique ministère de la PME et l'artisanat année 2017

Dans ce tableau la densité des PME dans le NORD represent 20, après vient le sud avec 16 densités et les hauts-plateaux avec 13.

Section 2 : La démarche méthodologique de l'enquête de terrain

Dans le but de collecter un maximum d'informations sur les motivations, les obstacles et les risques des activités agroalimentaires dans la wilaya de Bejaïa et de confirmer ou d'infirmer notre hypothèses de départ, nous avons opté pour étude empirique qui s'articule autour d'une enquête de terrain. Cette dernière s'est effectuée par le biais d'un questionnaire distribué auprès des entreprises du secteur agroalimentaire de la wilaya de Bejaïa. Dans ce sens, il y a lieu de présenter les différentes étapes d'ordre méthodologique, que nous avons menées afin de réaliser notre étude empirique.

2.1 La présentation de l'enquête de terrain

Afin de réaliser notre travail de recherche, nous avons choisi la méthode de l'enquête sur 20 PME de la région de Bejaia par le biais de questionnaire. Toutefois, le choix de cette méthode est motivé par le fait que cette dernière est plus pratique puisqu'elle permet d'obtenir des informations qui facilitent l'identification et l'opérationnalisation du problème posé.

Le choix d'une méthode dépend donc amplement des conditions et de l'objectif poursuivi durant cette recherche.

2.2 Objectif et méthodologie de l'enquête de terrain

Dans ce point, nous présentons les objectifs et méthodologie de l'enquête qui nous avons donné d'outil d'analyse dans notre travail.

2.2.1 Objectif de l'enquête de terrain

L'enquête vise à montrer le processus d'internationalisation des entreprises agroalimentaires en Algérie en prenant comme cas d'étude les entreprises de la wilaya de Bejaïa, ainsi que d'identifier l'importance de l'opération d'exportation exercée par ces entreprises.

De ce fait, l'objectif principal recherché à travers cette enquête est de dégager et analyser un nombre essentiel des données qui peuvent répondre à notre problématique posée au départ de notre travail de recherche.

Globalement, notre étude vise à indiquer les entreprises exportatrices dans le secteur de l'industrie agroalimentaire opérées sur les marchés internationaux, tout en exposant les obstacles éventuels qui freinent le développement de ces entreprises dans leurs démarches de conquête des marchés internationaux.

2.2.2 Méthodologie de l'enquête de terrain

Notre projet vise à déterminer précisément l'exportation hors hydrocarbure en Algérie dans le secteur agroalimentaire cas des entreprises de la wilaya de Bejaïa.

Pour cela, nous avons opté pour une enquête de terrain afin de collecter des données réelles, au départ, notre enquête est conçue à se baser sur l'entretien avec les responsables des entreprises et des questionnaires à remplir par ces derniers.

Vu les difficultés rencontrées pendant l'enquête avec certaines entreprises, nous étions obligés de se passer de l'entretien dans certains cas, ces difficultés sont généralement la non disponibilité des chefs d'entreprises.

Notre enquête s'est déroulée en trois étapes ; la première a consisté à déterminer la liste des entreprises auxquelles s'intéresse notre étude, la deuxième est de déposer un questionnaire au niveau de chaque entreprise sélectionnée pour être rempli, soit par le

Chapitre 03 : Exportations de la filière Agro-alimentaire de Bejaïa : Résultats de l'enquête

gérant ou par le représentant, et la troisième c'est à récupérer les questionnaires déposés en vue de les analyser, pour l'entretien on les a effectués soit lors du dépôt des questionnaires soit lors de la récupération. Le travail de terrain a été réalisé dans une période d'un mois (juin 2020).

Au départ, nous sommes partis sur l'idée de toucher une grande partie des entreprises donnant un échantillon assez important pour une présentation fidèle et proche de la réalité. Par la suite, à cause d'une multitude de contraintes rencontrées, tel que le manque du temps dans la distribution de tous les questionnaires, notre échantillon a été réduit à 10 entreprises qui englobent les divers types d'entreprises telles que les entreprises commerciales, productives, et de services.

Après avoir sélectionné ces entreprises nous avons procédé à la distribution des questionnaires, parmi les entreprises sélectionnées, certaines ont refusé de nous répondre.

De ce fait, le nombre d'entreprises enquêtées est réduit à 10, donc seulement 10 questionnaires ont été validés pour être exploités dans notre présente étude.

2.3 Déroulement de l'enquête

L'enquête a été entamée à la fin du mois de juin 2020, après une série de rendez-vous avec certaines entreprises faisant partie de notre échantillon. Beaucoup de difficultés ont marqué notre enquête :

- Certaines entreprises ont complètement refusé de répondre à notre questionnaire, sans avancer des motifs justifiant leur refus, et d'autres ont justifié leur refus par le fait que le questionnaire est trop détaillé.
- La non-disponibilité des adresses réelles des entreprises.
- Le non-respect des délais pour répondre au questionnaire.
- Les entreprises n'acceptent de répondre que dans le cas où nous sommes envoyée par une tierce personne.
- Les entreprises n'ont pas assez de temps à nous consacrer.
- Les entreprises sont méfiantes et hésitent à donner des informations sur leurs activités.

A la fin de l'enquête, nous avons pu récupérer que 10 questionnaires sur les 20 distribués, ce qui présente 50% du total des questionnaires distribués.

2.4 Le questionnaire

Nous avons élaboré un questionnaire comportant 20 questions (voir annexe N°2), regroupées en trois parties portant sur l'identification de l'entreprise, l'activité de l'entreprise, et les informations essentielles sur les exportations.

Notre questionnaire contient des questions de type fermée avec des propositions de réponse selon ce qui a été avancé dans la partie théorique, et des questions de type ouvert laissant le choix et la possibilité au répondant de s'exprimer avec ses propres mots.

2.5 Les limites de l'enquête

Notre enquête comporte certaines limites, d'abord sur le plan spatial, la wilaya de Bejaïa reste non représentative de tout le territoire national. La taille de l'échantillon ne permet une extrapolation des données au niveau local ni au niveau national. La personne enquêtée n'est pas forcément le gérant de l'entreprise, faute de quoi certaines réponses données ne sont pas tout à fait justes.

Section 3 : Analyse et interprétation des résultats de l'enquête

Après récupération des questionnaires déposés dans les différentes régions nous avons obtenu des réponses qui ont été utiles pour analyser et interpréter les résultats reçus, pour arriver à détecter la contribution des PME algérienne au commerce extérieur qui est l'objet de notre enquête. Dans cette section, nous allons présenter l'échantillon étudié en analysant la réponse obtenue des questions posées dans les parties du questionnaire.

3.1 Caractéristiques des PME enquêtées

3.1.1 Répartition des PME enquêtées par commune

La répartition des entreprises enquêtées par commune se présente dans le tableau suivant :

Chapitre 03 : Exportations de la filière Agro-alimentaire de Bejaïa : Résultats de l'enquête

Tableau 19 : répartition des PME enquêtée par commune

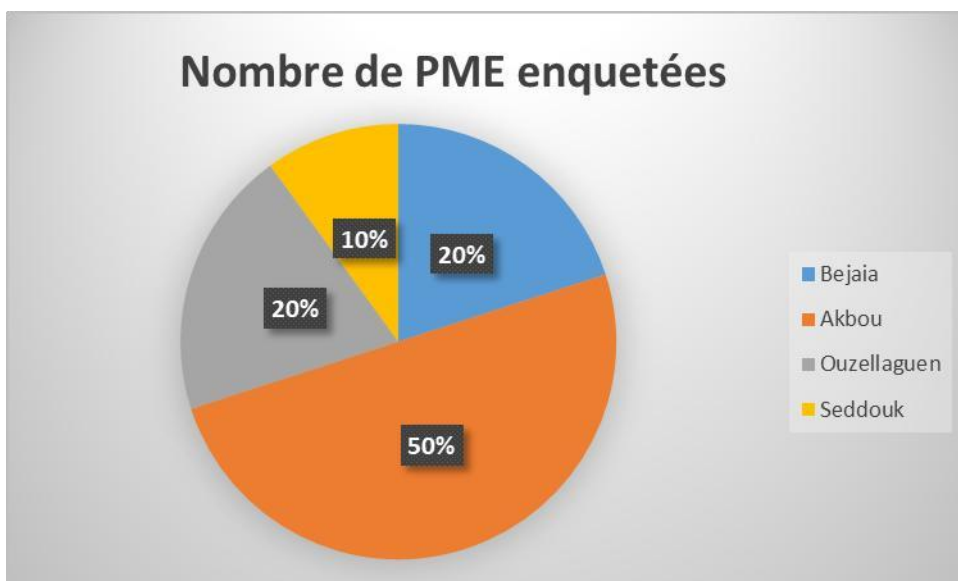
Commune	Nombre de PME enquêtée	%
Bejaia	2	20%
Akbou	5	50%
Seddouk	1	10%
Ouzellaguen	2	20%
Total	10	100%

Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête.

D'après les données de ce tableau, j'ai constaté que la majorité des PME enquêtées se concentrent dans la commune d'AKBOU, avec une part de 50%. Cette concentration peut s'expliquer par la disposition de cette dernière des infrastructures nécessaires qui favorisent les activités commerciales qui en font un grand pôle d'attractivité pour les investisseurs privés.

La commune de BEJAIA et OUZELLAGUEN vient en deuxième position avec 20% des PME enquêtées et Ensuite, SEDDOUK dans la troisième position avec 10% de PME chacune. Ces Communes concentrent aussi les zones industrielles et d'activités de la wilaya.

Figure 7 : répartition des PME enquêtées par commune



Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête.

3.2 Les informations générales et profil des entreprises enquêtées

Le dépouillement des questionnaires remplis par participants à mon enquête m'a permis de déduire le profil des entreprises enquêtées.

Tableau 20: Présentation le profil des entreprises enquêtées

Entreprise	Siège social	Taille de l'entreprise	Nature juridique	Statut juridique	Produit exportée
CEVITAL	Arrière port Bejaia	Grande entreprise	Privé	SPA	Huile, sucre, Boissons Eau minérale, légume et soda
COGB la belle	Route des Aurès Bejaia	Grande entreprise	Privé	SPA	Huile et margarine et savant
PASTA World	Z.A.C Taharacht, Akbou	Moyenne entreprise	Privée	SARL	Pâtes et céréales
Ibrahim et fils	Z.I AhrikIghze r Amokrane	Grande entreprise	Privée	SARL	Boissons et eau minéral
La laiterie Soummam	Z.AC TaharachtA kbou	Grande entreprise	Privée	SARL	Lait et produit laitiers et fruit
ETS KHODJA& CIE	Seddouk centre	Moyenne entreprise	Privée	SNC	Huiles, olive, et produit

Chapitre 03 : Exportations de la filière Agro-alimentaire de Bejaïa : Résultats de l'enquête

					oléicole et de terroir
SPA AGRANA	Z.AC TaharachtA kbou	Moyenne entreprise	Privée	SPA	Préparations de produits pour yaourt, boissons, sucre, fruits et biscuits
EURL PALANIA	Z.AC Taharacht AKBOU	Petite entreprise	Privée	EURL	Emballage plots carton et palettes carton
SARL HUILERIE	Z.I Ahrik rue ouzellaguen	Moyenne entreprise	privée	SARL	Huiles
SARL GENERAL PLAST	Z.I TaharachtA kbou	Grandes entreprises	privée	SARL	Pièces plastiques préformées et Capsules plastique pour médicaments

Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête.

3.2.1 La nature juridique

Le tableau ci-dessous me présente la répartition des entreprises enquêtées selon leur nature juridique.

Tableau 21 : Répartition des entreprises enquêtées selon leur nature juridique

Nature juridique	Nombre d'entreprise	%
------------------	---------------------	---

Chapitre 03 : Exportations de la filière Agro-alimentaire de Bejaïa : Résultats de l'enquête

Privée	10	100%
Publique	0	0%
Mixte	0	0%
Totale	10	100%

Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête.

D'après les données de ce tableau on observe que l'industrie agroalimentaire de la wilaya de Bejaia est la plus par des nature juridique sont des entreprise privée.

3.2.2 La taille des entreprises

Sur le plan de la répartition des entreprises selon leur taille, le tableau N 21 laisse apparaître ce qui suit :

Tableau 22 : Répartition des entreprises enquêtées selon leur taille

Taille de l'entreprise	Nombre d'entreprise	%
Petite entreprise	1	10%
Moyenne entreprise	4	40%
Grande entreprise	5	50%
Totale	10	100%

Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête.

La lecture du tableau indique que la majorité des entreprises enquêtées sont de grande taille, cela signifié à une existence importante de la hiérarchisation au sein de l'entreprise. Par contre les restes sont des entreprises de taille moyenne et petite entreprise.

3.2.3 Le statut juridique

Le tableau ci-dessous me présente la répartition des entreprises enquêtées selon leur statut juridique.

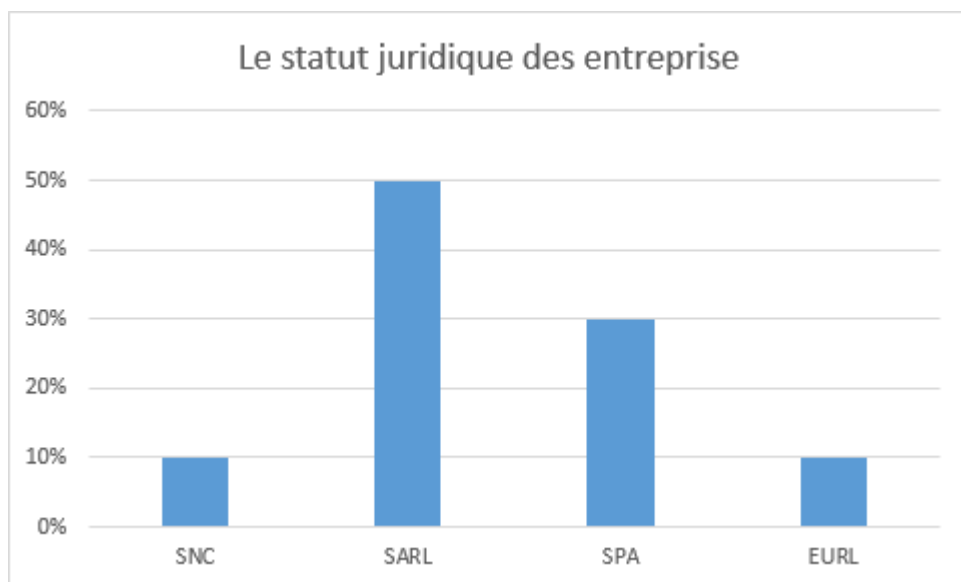
Tableau 23 : Répartition des entreprises enquêtées selon leur statut juridique

Statut juridique	Nombre d'entreprise	%
SNC	1	10%
SARL	5	50%
SPA	3	30%
EURL	1	10%
Totale	10	100%

Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête.

L'analyse des données représentées dans le tableau ci-dessus me montre que 50% des entreprises enquêtées sont des sociétés à responsabilité limitée (SARL), Cela peut s'expliquer par le fait que leur création n'exige pas des fonds très importants. , vient ensuite celle de l'SPA avec un taux de 30%.

Figure 8: Répartition des PME enquêtées selon le statut juridique



Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête.

3.2.4 La création de l'entreprise

Le tableau ci-dessous me présente la répartition des entreprises enquêtées selon sa date de création.

Tableau 24 : Répartition des entreprises enquêtées selon sa date de création

La date de création	Nombre d'entreprise	%
< 3 ans	0	0%
[3-5 ans [1	10%
[5-10 ans [1	10%
> à 10 ans	8	80%
Totale	10	100%

Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête.

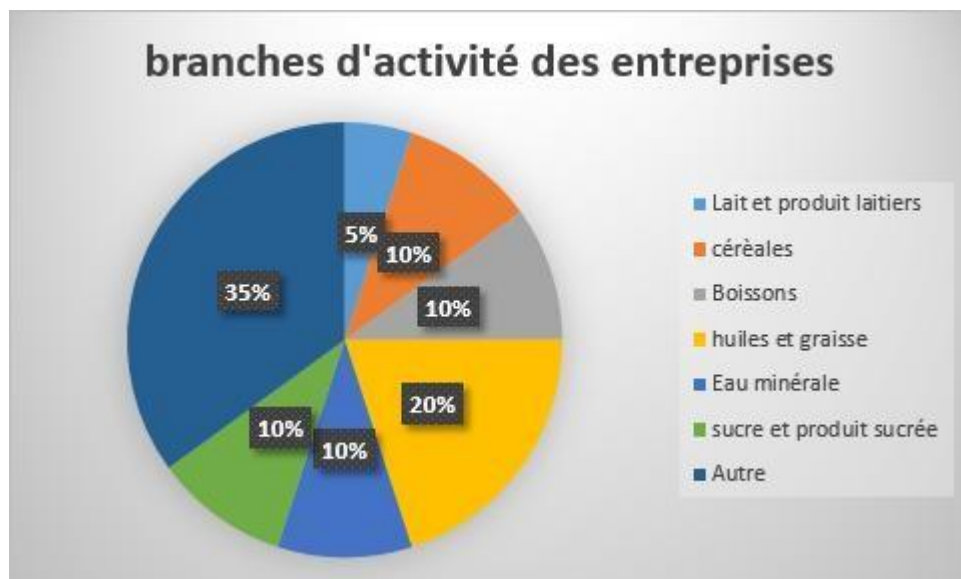
Presque toutes ces entreprises interrogées ont commencé leurs activités à l'export après cinq ans de leur existence.

3.3 La branche d'activité

3.3.1 Le type des produits exportés

Le tableau et la représentation graphique ci-dessous me donne la répartition des entreprises enquêtées selon son type des produits exportées.

Figure 9: Répartition des entreprises enquêtées selon leur branche d'activité



Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête.

L'observation de ce graphique me permet de constater que l'abranche des autres produits comme plastique savon..... etc. Avec une part de 35% qui est le plus dominant et dans la deuxième position vient l'huiles et graisses (huile et margarine) avec une part de 20%, ensuite les restes des branches d'activités.

3.3.2 La base de déterminer prix de vente à l'export

Le tableau ci-dessous me présente la répartition des entreprises enquêtées selon leur base de déterminer le prix de vente à l'export.

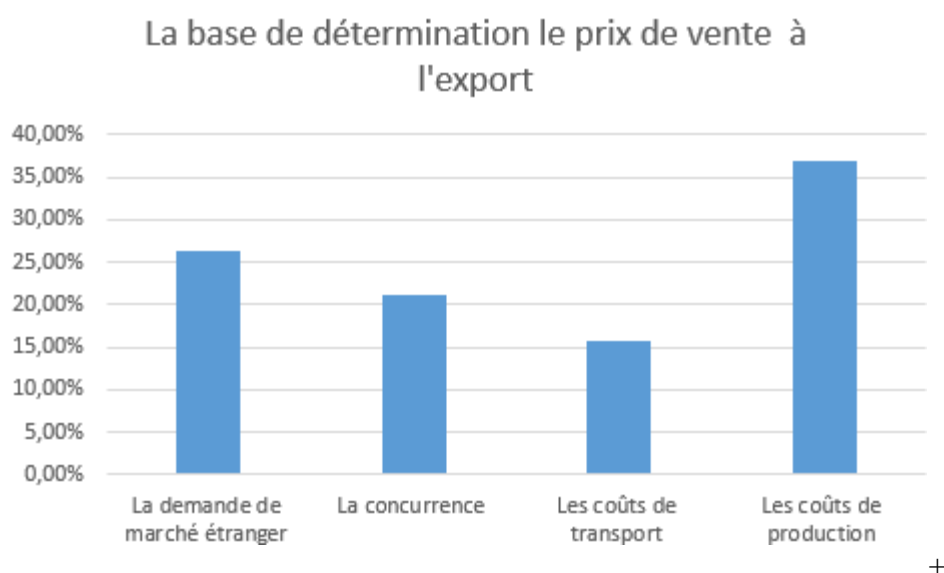
Tableau 25: Répartition des entreprises enquêtées selon leur base de déterminer le prix de vente à l'export

La base de déterminer le prix de vente à l'export	Nombre d'entreprise	%
La demande de marché étranger	5	26,32 %
La concurrence	4	21,05 %
Les coûts de transport	3	15,79 %
Les coûts de production	7	36,84 %
Totale	19	100%

Chapitre 03 : Exportations de la filière Agro-alimentaire de Bejaïa : Résultats de l'enquête

Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête.

Figure 10: Répartition des PME enquêtées selon leur base de déterminer le prix de vente à l'export



Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête.

L'analyse des données montre que dans ces entreprises est présenté les coûts de production à un pourcentage de 36.84% qui veut dire que la base de déterminer le prix de vente à l'export est plus élevé après vient les coûts de transports d'un pourcentage de 26,32% ensuite vient la demande de marché étranger d'un pourcentage de 21,05 et en finale vient la concurrence avec un part de 15,79.

3.3.3 Critère de réussite sur le marché extérieur

Le tableau et la représentation graphique ci-dessous nous donne les critères de réussite des produits exporté dans les marchés extérieures.

Tableau 26: La répartition des entreprises enquêtées selon les critères de réussite sur le marché extérieur

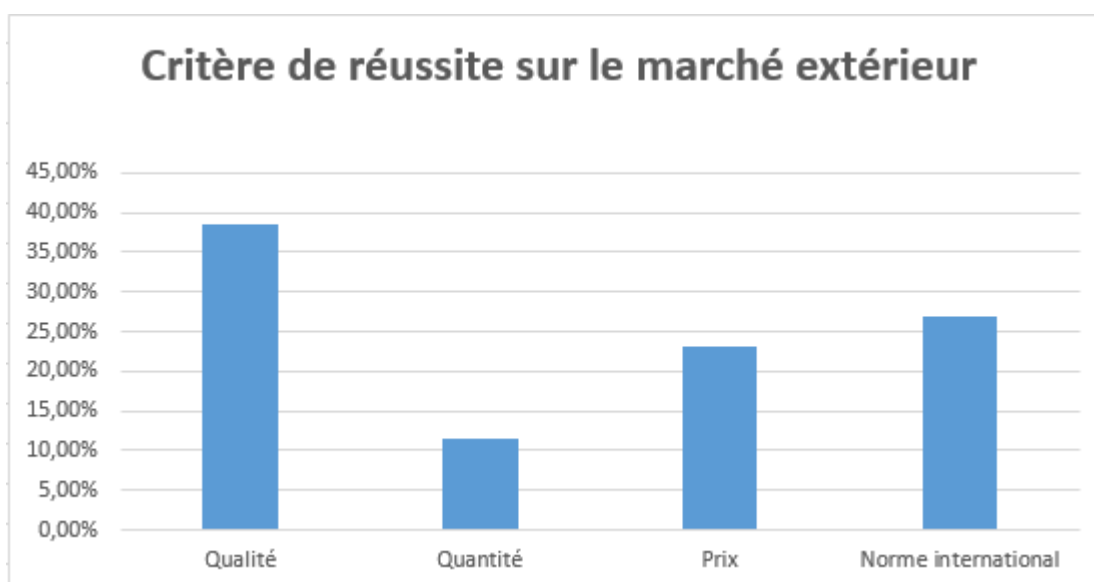
Critère	Nombre d'entreprise	%
Qualité	10	38.46 %
Quantité	3	11.54 %

Chapitre 03 : Exportations de la filière Agro-alimentaire de Bejaïa : Résultats de l'enquête

Prix	6	23.08 %
Norme international	7	26.92 %
Totale	26	100%

Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête

Figure 11 : Répartition des PME enquêtées selon leurs critères de réussite sur les marchés extérieurs



Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête

D'après le tableau N 27 qui me montre clairement que, la qualité des produits est le principal facteur de réussite à l'international qui représente la part de 38,46% des entreprises enquêtées, Vient ensuite le norme internationale avec une part de 26,92% et après le pris avec une part de 23,08 et en finale vient la quantité avec une part de 11,54.

3.3.4 La destination des différents produits exportés

Le tableau ci-dessous me donne la répartition des destinations des produits exporté par les entreprises enquêtées.

Tableau 27 : La répartition des entreprises enquêtées selon la destination de leurs produits

Destination	Nombre d'entreprise	%
-------------	---------------------	---

Chapitre 03 : Exportations de la filière Agro-alimentaire de Bejaïa : Résultats de l'enquête

Pays du Maghreb	9	45 %
Pays d'UE	5	25 %
Pays d'Asie	3	15 %
Pays d'Amérique du nord et d'Amérique latine	3	15 %
Totale	20	100%

Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête

Les données du tableau montrent que les grands clients de l'Algérie sont des pays du Maghreb avec une part de 45%, après en deuxième position le pays d'US avec une part de 25%, en suite les pays asiatique viennent en troisième position lui et le pays d'Amérique avec une part de 15,38% en raison de longue distances entre eux.

3.3.5 Les entreprises agroalimentaires qui ont des relations avec des firmes agroalimentaires étrangères

Tableau 28 : La répartition des entreprises agroalimentaires qui ont des relations avec des firmes agroalimentaires étrangères

La répartition des entreprises agroalimentaires qui ont des relations avec des firmes agroalimentaires étrangères selon le type d'entreprise	Réponse des entreprises	%
Oui	8	80 %
Non	2	20 %
Totale	10	100%

Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête

Si oui, ces relations pour des transactions internationales (importation et exportation)

Chapitre 03 : Exportations de la filière Agro-alimentaire de Bejaïa : Résultats de l'enquête

maintenez-vous ces relations pour des transactions internationales (importation et exportation)	Réponse des entreprises	%
Oui	8	80 %
Non	2	20 %
Totale	10	100%

Réponse :

Réponse	Les objectifs de vos relations
CEVITAL	-
COGC la Belle	L'entreprise exporte les excellents des stocks soit directement aux clients soit par des intermédiaires
PASTA Word	Des relations pour des fins de collaboration aux paramétrages des machines et les recettes
Ibrahim et fils	-
LAITRIE Soummam	-
AGRANA	-
KHODJA ET CIE	-
HUILRIE	-
PALANIA	-
GENERAL PLAST	-

Chapitre 03 : Exportations de la filière Agro-alimentaire de Bejaïa : Résultats de l'enquête

Les entreprises qui ont des relations avec des firmes agroalimentaires étrangères représentent 80% de l'effectif totale des entreprises enquêtées ; elles sont privées, l'entreprise qui n'a pas des relations avec des firmes agroalimentaires étrangères représente que 20%. Celle-ci exerce dans les branches agroalimentaires de fabrication des produits à base de céréales, de fabrication des produits alimentaires divers et de fabrication des boissons non alcoolisées. Celles-ci sont récentes dépendent à 100% du marché local pour s'approvisionner. Donc, pour celles-ci, la crise était sans impact car leur production dépend du marché local.

Tableau 29: La répartition des entreprises enquêtées selon la part de chiffre d'affaire et le commencement de ces produits

Entreprise	Chiffre d'affaire	Commencement
CEVITAL	0.5%	2010
COGB la belle	Moyen de 0,5	Avant 2006 est occasionnel et de 2007 est régulière
PASTA Word	5%	2013
Ibrahim et fis	-	2002
La laiterie de Soummam	< 1%	2010
AGRANA	5% à 10%	Depuis 2008
ETS KHODJA& CIE	40% (années précédents)	2006
PALANIA	Presque insignifiants, on est au stade du développement à l'export	2017
HUILRIE	-	2009
GENERAL PLAST	-	2007

Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête

Nous constatons d'après les données de tableau N 30, qu'elle existe une

Chapitre 03 : Exportations de la filière Agro-alimentaire de Bejaïa : Résultats de l'enquête

hétérogénéité dans la valeur du chiffre d'affaire pour les entreprises enquêtées, nous avons remarqué que la majorité d'entre elles, soit de 5% à 10% ont un chiffre d'affaire plus d'un milliards de dinars ce qui est le cas pour l'entreprise CEVITAL et IFRI, cela peut s'expliquer par le fait que ces entreprises appartiennent à des groupes agro-alimentaires. Par contre l'entreprise KHODJA ET CIE a enregistré un CA compris de 40% plus que les autres entreprises exportatrices et là il revient à leur propre produit (huile d'olive) de marché local (sans matière première importée).

3.4 Les informations essentielles sur les exportations

3.4.1 Satisfaction de marché local

Le tableau et la représentation graphique ci-dessous me donne la répartition des entreprises enquêtées selon le marché local.

Tableau 30 : La répartition des entreprises enquêtées selon la satisfaction de marché local

La satisfaction de marché local	Nombre d'entreprise	%
Oui	9	90 %
Non	1	10 %
Totale	10	100%

Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête

Figure 12: Répartition des PME enquêtées selon la satisfaction de marché local



Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête

L'analyse des données montre que 10 % de ces entreprises n'arrivent pas à satisfaire le marché local, ces sociétés prévoient de faire l'extension de leurs activités afin de répondre à la demande locale.

D'autre part, 90% de ces entreprises arrivent à satisfaire convenablement les commandes massives qu'elles reçoivent de leurs clientèles réparties à travers tout le territoire national.

3.4.2 Les exportations de manière régulière

Le tableau et la représentation graphique ci-dessous me donne la répartition des entreprises enquêtées selon la manière régulière

Tableau 31: La répartition des entreprises enquêtées selon leur manière régulière

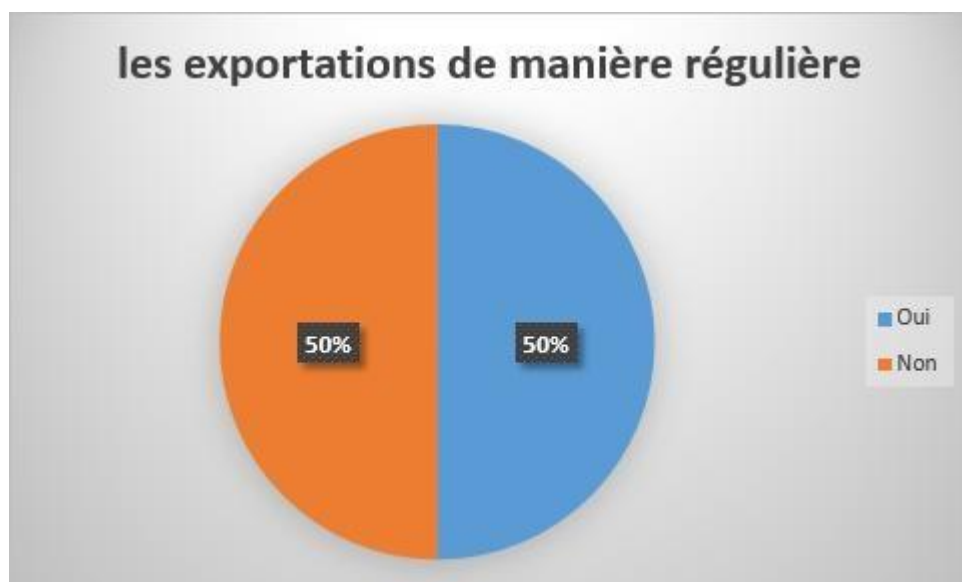
Les exportations de manière régulière	Nombre d'entreprise	%
Oui	5	50 %
Non	5	50 %

Chapitre 03 : Exportations de la filière Agro-alimentaire de Bejaïa : Résultats de l'enquête

Totale	10	100%
--------	----	------

Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête

Figure 13: Répartition des PME enquêtées selon les exportations de manière régulière



Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête

D'après le tableau ci-dessus on remarque, 50% de ces entreprises exercent l'opération d'exportation chaque année, cela revient à la disponibilité et à la qualité des produits à des coûts avantageux, pour l'autre moitié de ces entreprises restantes que 50%, leurs rentabilité à l'export est très faible à cause de l'absence d'informations sur les opportunités du marché à l'étranger ainsi le faible rapport de leurs produits avec la concurrence étrangère.

3.4.3 Les exportations sont

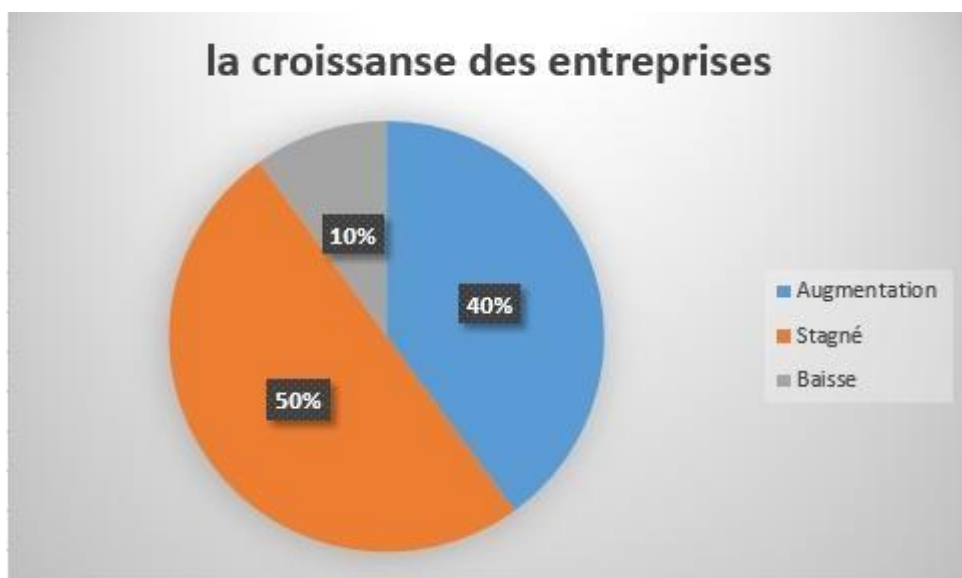
Le tableau ci-dessous me donne la répartition des exportations par les entreprises enquêtées.

Tableau 32: La répartition des entreprises enquêtées selon leur croissance

Réponse possible	Nombre d'entreprise	%
Augmentation	4	40 %
Stagné	5	50 %
Baisse	1	10 %
Totale	10	100%

Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête

Figure 14: Répartition des PME enquêtées selon leur croissance



Source : réalisé par moi-même à partir des résultats de mon enquête

D'après le tableau ci-dessus on remarque 50% des entreprises interrogées trouvent leurs opérations à l'export sont en stagnation après 40% de ces entreprises en augmentation et juste 10% de ces entreprise exportation à une baisse.

3.4.4 La matière première de votre bien exporté est-il importé

Tableau 33 : la matière première de votre bien exporté est-elle importé ?

Réponse possible	Nombre d'entreprise	%
Oui	5	50 %
Non	5	50 %
Totale	10	100%

Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête

Parmi les 10 entreprises interrogées on trouve cinq entreprises qui fabriquent leurs produits à l'export à base de matière première importé, et un autre moitié des entreprises qui fabrique son bien exporté a la base de matière première qui provient du marché locale

3.4.5 La stratégie d'exportation à l'international

Le tableau ci-dessous me donne la répartition de la stratégie d'exportation à l'international par les entreprises enquêtées.

Tableau 34: La répartition des entreprises enquêtées selon leur stratégie d'exportation

La stratégie d'exportation	Nombre d'entreprise	%
Oui	7	70 %
Non	3	30 %
Totale	10	100%

Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête

Leur réponse :

	La stratégie	L'origine de votre fournisseur
CEVITAL	Leader Algérien dans l'exportation du sucre	-

Chapitre 03 : Exportations de la filière Agro-alimentaire de Bejaïa : Résultats de l'enquête

COGC la belle	-	-
PASTA Word	-	On exporte par l'intermédiation de nos clients locaux
Ibrahim et fils	Stratégie de fidélisation de la clientèle	-
Laiterie Soummam	-	Europe, Amérique du sud, Afrique
AGRANA	Réalisation de 10% de plus pour chaque années	Divers
KHODJA ET CIE	Présence permanente (foire, vitrine virtuelle, web)	-
HUILRIE	Stratégie de pénétration marche	-
PALANIA	-	-
GENERAL PLAST	Visite, clients et participants aux foires internationales	Asiatique et moyenne Coût

Figure 15: Répartition des PME enquêtées selon leur stratégie



Chapitre 03 : Exportations de la filière Agro-alimentaire de Bejaïa : Résultats de l'enquête

Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête

D'après les résultats obtenus, 70% de ces entreprises utilisent des stratégies d'exportation à l'international comme Groupe CEVITAL qui vise la qualité de produits selon les normes internationales et aussi IFRI qui utilise l'accompagnement des clients et le marketing dans le but de favoriser leur production tournées vers les marchés extérieures, et les 30% restantes n'utilisent pas une stratégie d'exportation à l'international car le coût d'une étude marketing à l'international est très cher.

3.4.6 La politique protectionniste (le dumping)

Tableau 35 : Utilisez-vous la politique protectionniste (le dumping)

Réponse possible	Nombre d'entreprise	%
Oui	1	10 %
Non	9	90 %
Totale	10	100%

Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête

Si non, pourquoi

Entreprise	Pourquoi
CEVITAL	On aide toujours avec des marges (profil)
COGC la belle	-
PASTA Word	-
Ibrahim et fils	Interdite par la loi
Laiterie Soummam	-
AGRANA	-
KHODJA ET CIE	-
HUILRIE	-
PALANIA	-

Chapitre 03 : Exportations de la filière Agro-alimentaire de Bejaïa : Résultats de l'enquête

GENERAL PLAST	-
---------------	---

D'après les résultats que j'ai obtenus, 90 % de ces entreprises exportatrices interrogées n'utilisent pas la politique protectionniste et seulement 10% de ces entreprises utilisent la politique protectionniste.

3.4.7 Un avantage comparatif

Le tableau ci-dessous me donne la répartition d'un avantage comparatif par les entreprises enquêtées.

Tableau 36 : Est-ce que vous pensez que vous avez un avantage comparatif ?

Réponse possible	Nombre d'entreprise	%
Oui	7	70%
Non	3	30%
Totale	10	100%

Source : réalisé par nous -même à partir des résultats de notre enquête

L'analyse des données montre que 70 % de ces entreprises interrogées ont un avantage comparatif dans la maîtrise des coûts intégrés au processus de production. 30 % des entreprises interrogées ne détiennent pas de l'avantage comparatif.

3.4.8 Un bénéficié d'un aide financière ou d'un soutien à l'exportation

Le tableau ci-dessous me donne la répartition d'un bénéficié d'une aide financière par les entreprises enquêtées.

Tableau 37: Avez-vous déjà bénéficié d'une aide financière ou d'un soutien à l'exportation ?

Réponse possible	Nombre d'entreprise	%
Oui	6	60%
Non	4	40%

Chapitre 03 : Exportations de la filière Agro-alimentaire de Bejaïa : Résultats de l'enquête

Totale	10	100%
--------	----	------

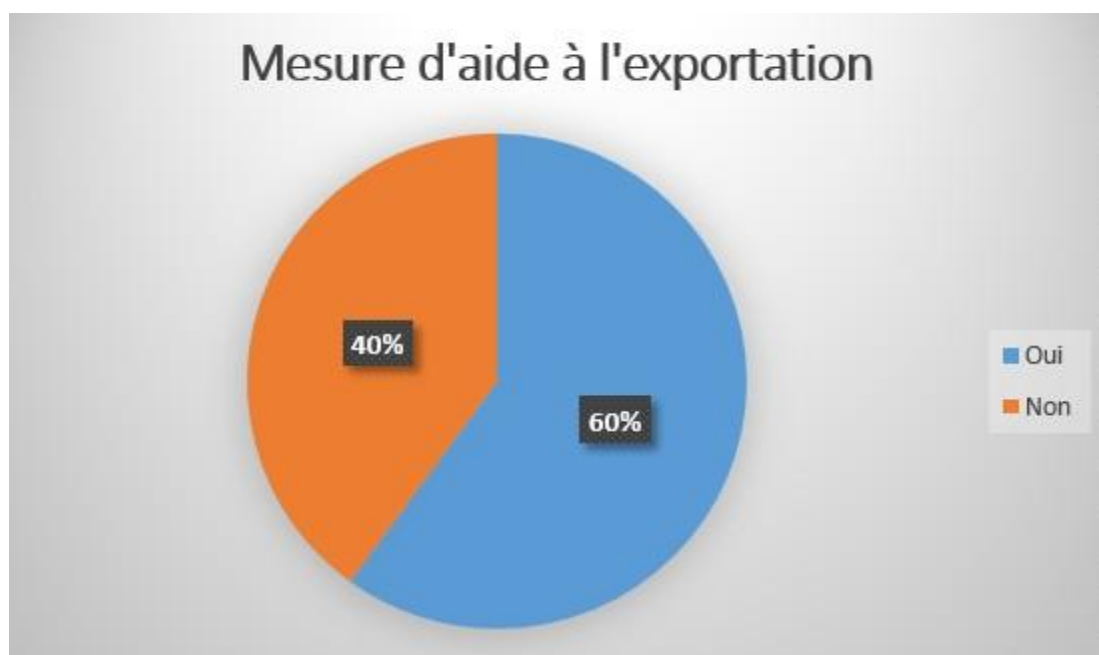
Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête

Si oui de quel organisme

Réponse possible	Nombre d'entreprise	%
Chambre de commerce de l'industrie	1	9.09 %
ALGEX	3	27.27 %
CAGEX	3	27.27 %
FSPE	3	27.27 %
BANQUE	0	0%
Transport	1	9.09 %
Totale	11	100%

Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête

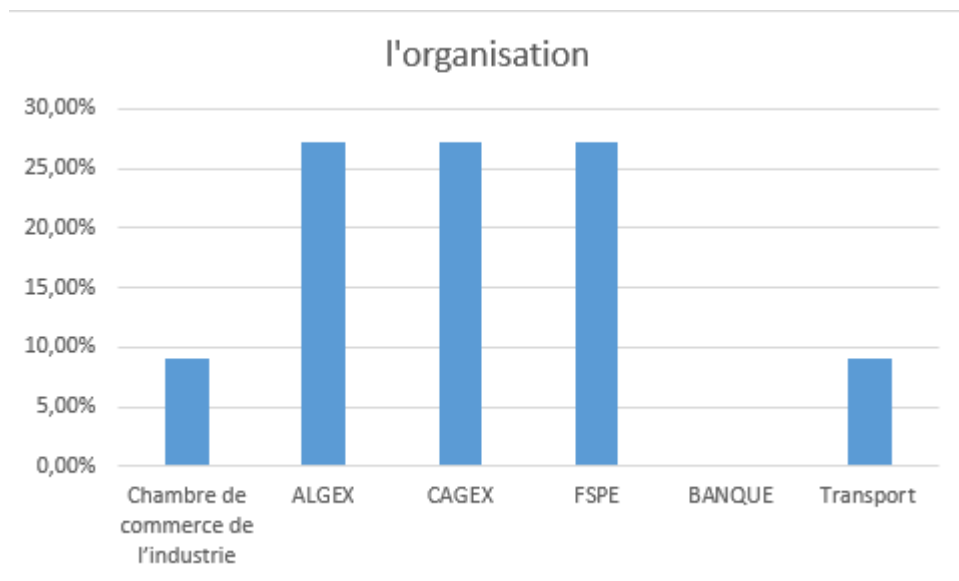
Figure 16: Répartition des PME enquêtées selon leur le bénéficié des mesures d'aide à l'exportation



Chapitre 03 : Exportations de la filière Agro-alimentaire de Bejaïa : Résultats de l'enquête

Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête

Figure 17: Répartition des PME enquêtées selon leur organisme



Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête

D'après ce tableau, 60% des entreprises interrogées ne bénéficient pas des aides financières et de soutien à l'export. 40 % ont bénéficié de soutien à l'export auprès des organismes publics tels qu'ALGEX, CAGEX, et FSPE. Les exportateurs estiment que les produits de la CAGEX sont adaptés à leurs besoins. Mais ils suggèrent de réduire le taux des primes qui est fixé à 0.2727 du risque commercial.

3.4.9 Une bénéficiaire des exonérations fiscales

Tableau 38: Est-ce que vous avez bénéficié des exonérations fiscales ?

Réponse possible	Nombre d'entreprise	%
Oui	5	50%
Non	5	50%
Totale	10	100%

Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête

Précision

Entreprise	Précision
CEVITAL	Sucre et l'huile
COGC la belle	-
PASTA Word	Les exonérations fiscales pour la création de l'entreprise
Ibrahim et fils	IBS, TAP
Laiterie Soummam	ANDI
AGRANA	-
KHODJA ET CIE	-
HUILRIE	IBS, TAP
PALANIA	-
GENERAL PLAST	-

D'après ces résultats, toutes les entreprises jouissent d'une exonération fiscale, exemple la TAP sur le chiffre d'affaires et d'une exonération des droits et taxes des produits import destinés à l'export.

Tableau 39: Est-ce que vous pensez que les subventions de l'Etat sont suffisantes pour mener à bien exportations ?

Réponse possible	Nombre d'entreprise	%
Oui	2	20%
Non	8	80%
Très adapté	0	0%
Totale	10	100%

Chapitre 03 : Exportations de la filière Agro-alimentaire de Bejaïa : Résultats de l'enquête

Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête

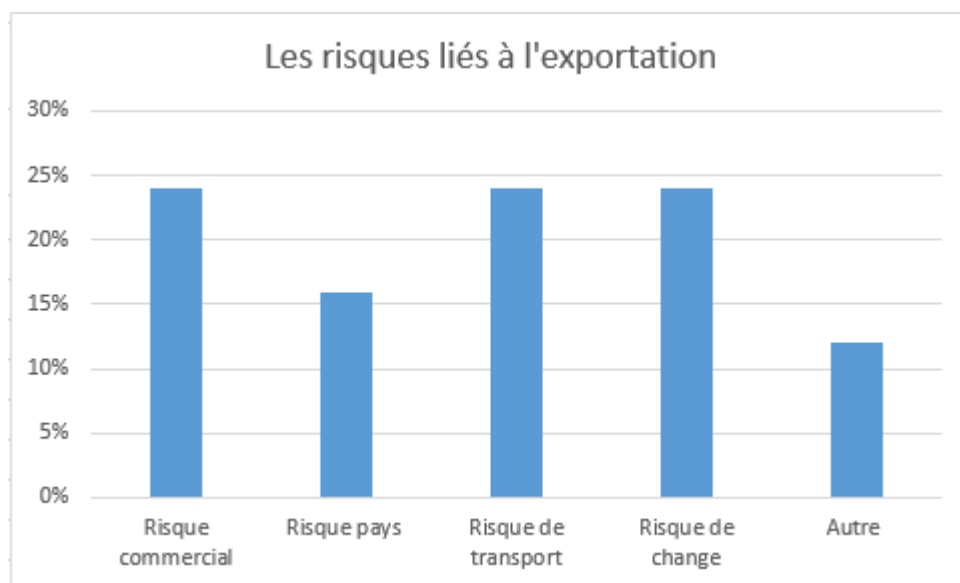
D'après les réponses des exportateurs interrogés, ces derniers ne sont pas satisfaits des subventions offertes par l'Etat et le service d'accompagnement n'est pas adapté à leurs besoins

Tableau 40: quel sont les risque auxquels votre entreprise est souvent exportée ?

Réponse possible	Nombre d'entreprise	%
Risque commercial	6	24%
Risque pays	4	16%
Risque de transport	6	24%
Risque de change	6	24%
Autre	3	12%
Totale	25	100%

Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête

Figure 18 : Répartition des PME enquêtées selon les risques liés à l'exportation



Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête

D'après les données de ce tableau je remarque que 26 % des entreprises enquêtées déclarent que le risque commercial, risque de transport et risque de change sont les principaux risques subis par les entreprises. Cela s'explique par la détérioration, pertes de poids résultant d'un accident ou résulte par la conjoncture économique actuelle et la dévaluation de dinar algérien.

Tableau 41: quel est votre gamme de produit ?

ENTREPRISE	Gamme de produit
CEVITAL	Sucre, huile, margarine, mayonnaise, jus, légume sec
COGC la belle	HUILE, Margarine, Savan
PASTA Word	On a plusieurs gammes de produits : pâtes courtes, pâtes longues, pâtes spéciales et couscous
Ibrahim et fils	Eau minérale, Soda, Jus, Boisson fruités. Energie drink
LAITRIE Soummam	Yaourts fermés, yaourt brassés et desserts, lait fermentés, UHT, partiellement écrémé, fromages frais.
AGRANA	Préparation a base de produits (fraise, abricot, fruits rouge, ananas, Mango)
KHODJ ET CIE	produit oléicole et de terroir.
HUILRIE	Huile d'olive
PALANIA	Caisse cartons, barquettes, palettes carton, caisse a fruit, boit à pizza, intercalaires, cornières

Chapitre 03 : Exportations de la filière Agro-alimentaire de Bejaïa : Résultats de l'enquête

GENERAL PLAST	Bouchons en plastique, article en plastique pour l'industrie, article en plastique pour l'industrie chimique, pharmaceutique et cosmétique
---------------	--

Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête

3.4.10 Mission des entreprises

Le tableau ci-dessus montre que toutes les entreprises ont le même but, d'abord, au niveau national : satisfaire la demande du marché local et augmenter leurs parts du marché, ensuite à l'international : arracher une part du marché à l'international.

Tableau 42 : la mission de chacune des entreprises au niveau national et International

Mission	National	International
Entreprise		
CEVITAL	Satisfaire le marché et rester toujours leader	Exporter l'excédent et conforté la précision du leader
COGC la belle	Satisfaire les exigences client amélioration la qualité de nos produits	Etre présents sur le marché international
PASTA Word	Satisfaire le marché en termes de produits agro-alimentaire en qualité et quantité cherché de nouveaux marchés. Répondre aux exigences des clients (qualité).	Exporter nos produits vers l'étranger, afin de sortir de l'entreprise des hydrocarbures, faire connaitre nos produits dans les marchés étrangers
Ibrahim et fils	-	Répondre aux besoins de la clientèle en termes

Chapitre 03 : Exportations de la filière Agro-alimentaire de Bejaïa : Résultats de l'enquête

		d'exigence qualité/prix
LAITRIE Soummam	Mettre à disposition un produit de qualité avec un prix accessible	Image de marque
AGRANA	Satisfaire la demande locale	Conquérir le marché africain
KHODJA ET CIE	Production et commercialisation	Commercialisation, conquête du marché
HUILRIE	-	De faire une place parmi les géants dans le domaine des huiles d'olive
PALANIA	Recherche de nouveau client à notre forte concurrence dans la demain au niveau national	Développer au mieux l'activité export vers l'Europe tout en sachant que nos prix sont très compétitifs par rapport à ceux appliqués en Europe
GENERAL PLAST	Satisfaire les besoins des clients et l'innovation de nos produits	Augmenter les volumes à l'export

Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête

3.4.11 Les flux d'information

Tableau 43: Répartition de l'échantillon selon les moyens de communication des entreprises enquêtées au niveau national et international

moyen de communication	National	International
Internet	10	10
Réseau interne	2	1
Téléphone	10	9

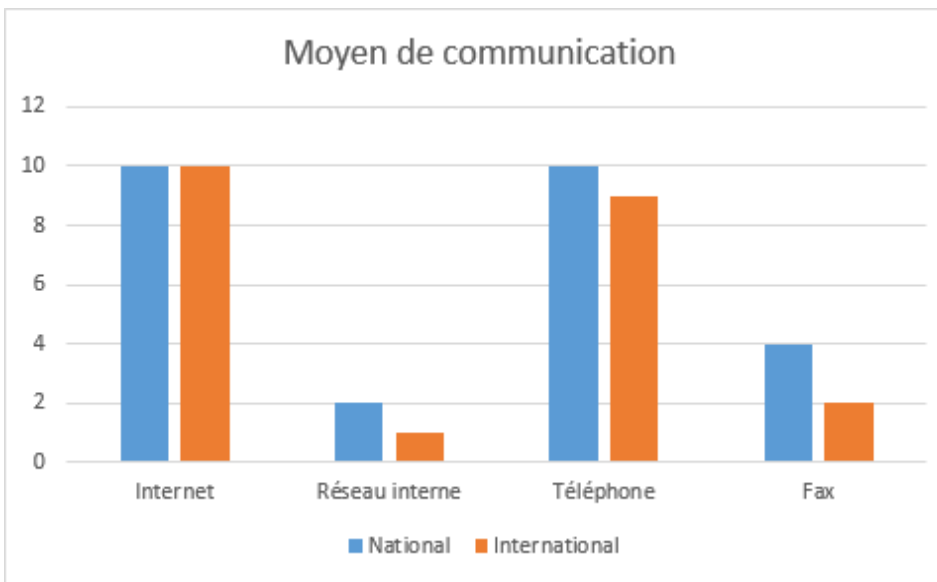
Chapitre 03 : Exportations de la filière Agro-alimentaire de Bejaïa : Résultats de l'enquête

Fax	4	2
-----	---	---

Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête

Notre enquête nous relève que toutes les entreprises se communiquent avec ses clients soit au niveau national ou international avec : téléphone, fax et internet cela signifie que ces entreprises disposent de tous les moyens d'information pour se communiquer avec ses clients ou fournisseurs et reçoivent toute les informations concernant son système d'exportations.

Figure 19: Répartition des PME enquêtées selon leur moyen de communication



Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête

3.4.12 Les procédures d'exportation des entreprises

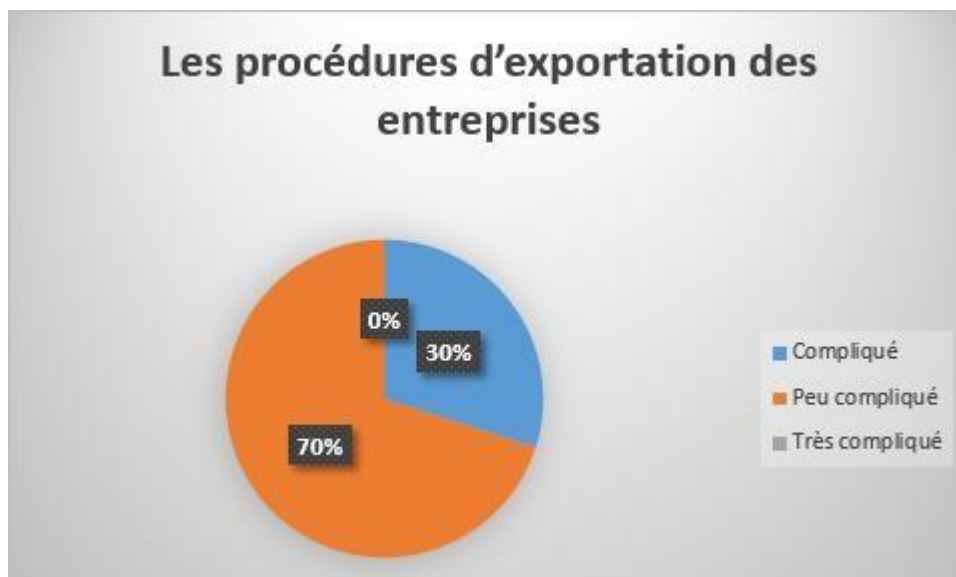
Ce tableau concerne uniquement les trois entreprises qui exportent leurs produits à l'étranger L'enquête que j'ai menée confirme justement que les procédures d'exportation pour les entreprises exportatrices est peu compliqué, cela veut dire que les démarches à l'export sont simple et ne freine pas le développement des entreprises à l'international, et que ces entreprises doivent juste s'adapter avec ce système pour réaliser leurs investissements et arracher une part à l'étranger.

Tableau 44 : Répartition de l'échantillon selon les procédures d'exportation des entreprises.

Procédure d'exportation	Nombre d'entreprise	%
Complicé	3	30%
Peu compliqué	7	70%
Très compliqué	0	0%
Totale	10	100%

Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête

Figure 20: Répartition des PME enquêtées selon les procédures d'exportation des entreprises



Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête

Le tableau N 43 montre que 70 % des entreprises enquêtées pensent que les procédures d'exportation sont peu compliquées, cela veut dire que les démarches à l'export sont difficiles et elles freinent le développement des entreprises à l'international. Le reste des entreprises enquêtées pensent que les procédures sont compliquées

Tableau 45 : quels documents doivent être envoyés pour le client ?

Entreprise	Documents
CEVITAL	BL, facture, certificat d'origine
COGC la belle	Facture pro-forma plus fiche technique du produits.
PASTA Word	Facture, Bons.
Ibrahim et fils	Facture, certificat d'origine, EUR1, liste colisage, BL et analyses.
LAITRIE Soummam	BL, facture, certificat sanitaire et autre.
AGRANA	Facture, BL, certificat d'origine, carte d'identité du conducteur et moyenne de transport.
KHODJA ET CIE	Facture d'analyse, document douaniers
HUILRIE	Facture, liste de colisage, certificat d'origine, BL, analyse.
PALANIA	Facture, certificat d'origine, fiche technique entre autre.
GENERAL PLAST	-

Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête

Tableau 46 : qui se charge du développement des activités d'exportations ?

Réponse possible	Nombre d'entreprise	%
Direction commercial	9	64.29%
Direction logistique	2	14.29%

Chapitre 03 : Exportations de la filière Agro-alimentaire de Bejaïa : Résultats de l'enquête

Direction exploitation	0	0%
Autre	3	21.42%
Totale	14	100%

Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête

Le tableau N 45 montre que 64.26 % des entreprises enquêtées dans la direction commercial qui se charge du développement des activités d'exportations, cela veut dire que celle-ci freinent le développement des entreprises à l'international. Le reste des entreprises enquêtées se déroule entre les autres directions comme (transport, compétitivité, commodités,etc.) avec une part de 21,42% et direction logistique avec une part de 14,29.

Tableau 47 : les raisons qui poussent l'entreprise a exporté ?

Réponse possible	Nombre d'entreprise	%
Saturation du marché national	3	17.65%
Développement de l'entreprise	9	52.94%
Un excédent de production	4	23.53%
Intérêt personnel	0	0%
Autre	1	5.88
Totale	17	100%

Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête

Figure 21 : Répartition des PME enquêtées selon les raison d'exportation



Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête

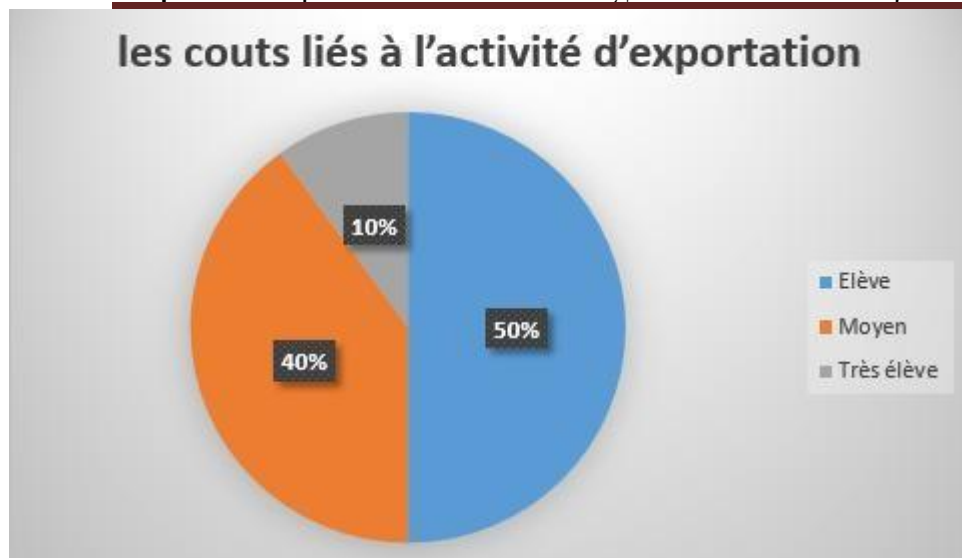
Les données de cette figure me montre que la majorité des entreprises enquêtées qui représente une part de 52,94% ont décidé d'exporter dans le cadre du développement de l'entreprise tels que l'amélioration de la qualité du produit et d'augmenter la rentabilité et la compétitivité de l'entreprise. 23,53% d'autre entreprise enquêtées , en vue d'un excédent de production ont décidées d'accéder à de nouveau marchés. 17,65 % en raison de la saturation du marché national ont opté a une opération d'exportation .

Tableau 48: les couts liés à l'activité d'exportation

Réponse possible	Nombre d'entreprise	%
Elève	5	50%
Moyen	4	40%
Très élève	1	10%
Totale	10	100%

Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête

Figure 22: Répartition des PME enquêtées selon les coûts liés à l'activité d'exportation



Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête

Le tableau N 47 montre que 50 % des entreprises enquêtées constatent que les couts liés à l'activité d'exportation sont élevé, cela veut dire que ces couts freinent l'activité d'exportation et le développement des entreprises exportatrices.

Tableau 49: Quels sont les obstacles que vous rencontrés à l'export ?

Réponse possible	Nombre d'entreprise	%
Concurrence élevée dans le marché internationale	2	10%
Difficultés d'obtention des financements	2	10%
Lois et réglementations défavorables	2	10%
Surcharges administratives	7	35%
Contraintes de logistique	5	25%
Coûts élevés liés à l'exportation	2	10%
Totale	20	100%

Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête

Figure 23: Répartition des PME enquêtées selon les obstacles que vous rencontrés à l'export.



Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête

La lecture de ce tableau me cite les principaux obstacles rencontrés lors de l'exercer d'une activité d'exportation. 35 % des entreprises enquêtées placent en premier lieu surcharges administratives comme un obstacle qui entrave leur opération d'exportation en raison de la surcharge de procédure de la documentation, vient ensuite les contraintes logistiques avec une part de 25 % qui s'explique par la manque des infrastructures de transport. Par ailleurs, il existe d'autres obstacles tels que ; lois et réglementations défavorables, difficultés d'obtention des financements, concurrence élevée dans le marché international qui représentent une part de 10 %.

Tableau 50 : quelle est les difficultés rencontrées ?

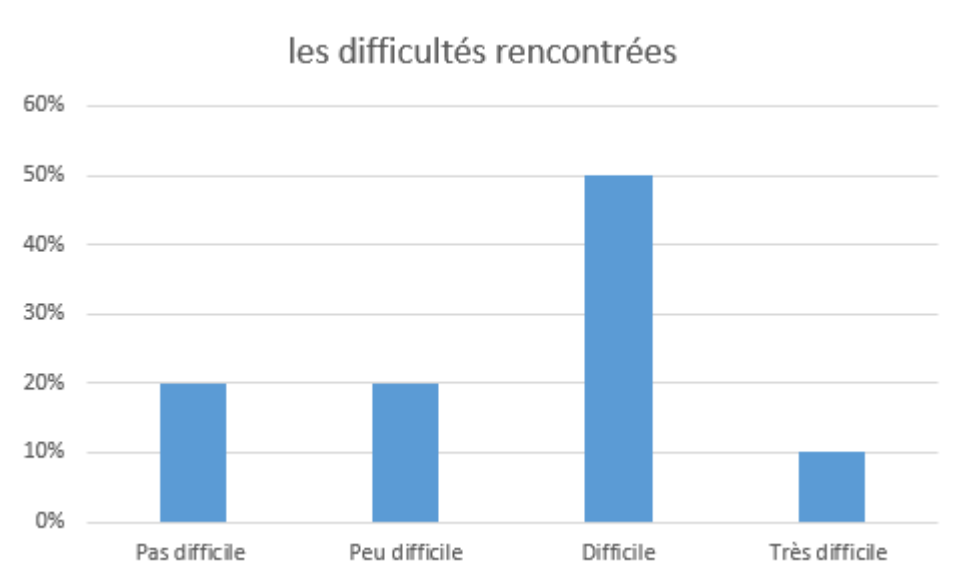
Réponse possible	%
Pas difficile	20%
Peu difficile	20%
Difficile	50%

Chapitre 03 : Exportations de la filière Agro-alimentaire de Bejaïa : Résultats de l'enquête

Très difficile	10%
Totale	100%

Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête

Figure 24 : Répartition des PME enquêtées selon les difficultés rencontrées



Source : réalisé par nous-même à partir des résultats de notre enquête

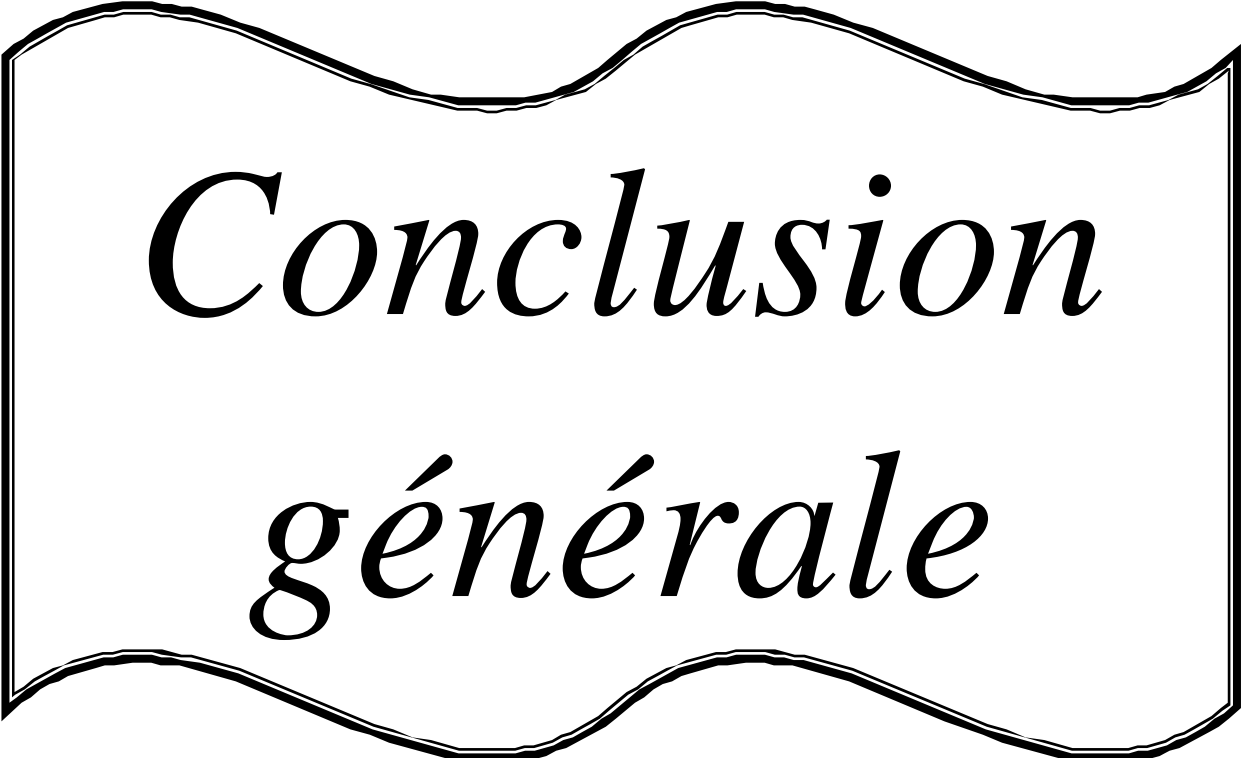
Vue le traitement de la question d'échelle, je remarque que 50% des questions posés sur les difficiles rencontre par les entreprises interrogée, les procédures d'exportation sont difficiles, en revanche Ya des opportunités qui facilite les procédures d'exportation à l'étranger, je trouve les normes des questions posée sue les peu difficile et pas difficile avec une part de 20% et pour une très difficile.

Presque toutes les entreprises qui ont des difficultés d'exporté à l'étranger surtout les produit agro-alimentaire (les 10 entreprises exportatrices ils rencontré des difficultés de plusieurs indices distributeurs surtout le négociation, les entreprises qui sont rencontré des peu difficile ou pas difficile sont les même entreprise (cevital, COGC la belle, Soummam et Ifri) et des indices différant (les différences culturelle des client, les différents incoterms, les tarif, la manque de soutien etc.) et le très difficile revient a les deux

Chapitre 03 : Exportations de la filière Agro-alimentaire de Bejaïa : Résultats de l'enquête
entreprises huilier et KHODJA et ça à cause de leur produits fabriqué c'est très difficile à l'exporter

Conclusion

Notre enquête effectuée auprès des entreprises exportatrices du secteur agroalimentaire de la wilaya de Bejaia, nous permis à travers notre questionnaire de déduire que les entreprises agroalimentaires exportatrices en Algérie font face à de nombreuses contraintes qui sont sous forme d'obstacle et de risque qui entravent leurs activités d'exportation. Ces obstacles relèvent de la surcharge de la démarche administrative et le manque des infrastructures de logistiques, alors que le risque liés à l'exportation sont souvent exposé à des risque commercial, de change et de transport. Par ailleurs, les organismes et dispositifs chargés d'accompagner les entreprises exportatrices hors hydrocarbures dans leurs processus de l'internationalisation.



Conclusion
générale

Conclusion générale

Le principal objectif de notre étude est d'analyser la filière agro-alimentaire en Algérie en se basant sur les opérations du commerce extérieur et bien sûr ses secteurs d'activités (les entreprises agro-alimentaire). En effet, les ressources naturelles, essentiellement les hydrocarbures jouent un rôle primordial dans l'économie Algérienne dans la mesure où le pétrole et le gaz représentent les principaux produits d'exportation du pays.

La branche des hydrocarbures est la seule branche qui assure l'essentiel des exportations de l'Algérie, et qui constitue le principal moteur de l'économie algérienne. C'est cette branche, qui lui procure la quasi-totalité de ses ressources extérieures en devises. Le prix du pétrole demeure le variable déterminante de la politique économique de l'Etat. Chaque année, le budget, le programme des importations, le volume des différentes subventions, etc., sont calculés en fonction du prix du pétrole. Ses fluctuations, notamment quand elles sont à la baisse, peuvent être lourdement ressenties et provoquer de graves problèmes économiques et sociaux. Les autres branches hors hydrocarbures sont inactives sur le marché international, cependant le secteur agroalimentaire commence à évoluer et connaît une certaine expansion, que ce soit sur le marché local ou étranger. Ce dernier occupe la deuxième place en matière des exportations après les hydrocarbures.

De ce fait que plusieurs entreprises optent pour le choix de l'exportation, ce qui ne cesse de faire accroître la concurrence entre elles. De plus, les exportations algériennes sont dominées par les hydrocarbures alors que celles hors hydrocarbures restent marginales ; ce qui oblige les entreprises exportatrices du secteur hors hydrocarbure à maîtriser les nouvelles technologies et à créer de nouveaux savoirs faire pour décrocher des parts de marchés considérables.

La structure des produits exportés hors hydrocarbure relevant des industries agroalimentaires est constituée essentiellement des produits de terroir. Au sein de l'économie algérienne, la place de l'agroalimentaire apparaît comme très importante du fait qu'elle recouvre de nombreux domaines relativement développés, comme ceux des céréales et de l'huile et des matières grasses de la production et la transformation du lait.

Tout au long de ce travail, nous avons essayé d'identifier les principales risques et obstacles qui freinent le développement des entreprises exportatrices dans le secteur agroalimentaire. Sachant que l'Etat algérien a mis en place différentes mesures d'appui et d'aide à l'international visant à promouvoir les exportations hors hydrocarbures. Mais mon travail, me permet de confirmer que l'aide de l'Etat reste insuffisant, car la moitié des entreprises enquêtées n'ont pas bénéficié des aides par l'Etat. Cela explique la faible contribution des entreprises hors hydrocarbures sur les

marchés internationaux.

Concernant le risque de change, ce dernier ne représente pas le seul risque qui freine le développement des entreprises exportatrices, puisqu'il existe d'autres risques qui entravent l'activité d'exportation tels que le risque commercial, le risque de transport, le risque pays et politique, le risque impayée.

Notre enquête réalisée auprès des entreprises exportatrices de secteur agroalimentaire de la wilaya de Bejaïa, nous a permis de démontrer qu'il existe plusieurs obstacles qui freinent l'activité d'exportation des entreprises nationales, tel que :

- Les obstacles liés à la lourdeur administrative, les contraintes liées à la logistique et de transport, à la Concurrence élevée dans le marché international, ainsi qu'aux difficultés rencontrés lors de l'activité.
- Les risques subis par les entreprises durant leurs activités d'exportation sont les risques commerciaux, le risque de change et de transports en premier lieu, les risques politiques et pays en second lieu, plus d'autre risque.
- L'insuffisance des mesures d'aides proposées par l'Etat pour l'accompagnement des entreprises exportatrices hors hydrocarbures.

Bibliographie

1. Ouvrages:

- Ali T : « les exportations hors hydrocarbures algériennes », 2eme édition paris, 2008, p7.
- AURDROING. JEAN-FRANÇOIS, « Les industries agroalimentaires », Edition Economico, paris 1995.
- BEN BAYER.H, SALEM.A et TIBOUCHE.A : « les pratiques des entreprises à l'exportation » cahier du CREAD n°39 ,1997.
- HADJI Hassiba, «Analyse économique de la consommation des produits agroalimentaires », mémoire magister Université de Bejaïa, 2011.
- COMBRIS. P et NEFUSSI. M « Le concept d'agroalimentaire : intérêt et limites. In : économie rurale », 1984.
- LAGRANGE. LOUIS, « la commercialisation des produits agricoles et agro-alimentaires » J.P, BAILLIÈRE, Paris1989 ;
- MALASSIS. L, GHERSI G, « initiation à l'économie agroalimentaire », Edition HATIER, Paris 1992.
- METZGER. RENE « les industries agricoles et alimentaires » édition INTEGRAL Nancy 1982.

2. Thèses et mémoires:

2.1 Thèse

- Melle RAHMANI Yamina, « les déterminants de petites et moyennes entreprises exportatrices en Algérie : cas de l'ouest Algérien, » Université d'Oran 2 – Mohamed Ben Ahmed, 2019

2.2 Mémoire

- HAMADI Yacine, SAAOUI Ghiles, « Les exportations hors hydrocarbures en Algérie : Enquête auprès des Entreprises agroalimentaires de la wilaya de Bejaia», UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA.2017
- ZAIDI Hachemi, « Essai d'analyse de l'intégration entre l'agriculture et le secteur agroalimentaire au niveau local : cas de la wilaya de Bejaia», UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA- BEJAIA 201

4. Articles et Revues:

- *L'Agence Nationale pour la Promotion du Commerce Extérieur cadre incitatif à l'export.*
- *BENYOUCEF Badr Eddine, « le rôle de l'agriculture dans le développement économique et social. Qu'en est-il de l'Algérie ? » Revue Agriculture, U. Sétif, 2016.*
- *BENZIOUCHE Salah Eddine, CHERIET Fouad, « Structure et contraintes de la filière dattes en Algérie», ed NEW MEDIT N°4.2012.*
- *Banque mondiale, rapport annuel 2008.*
- *Ministre du commerce, Direction de la promotion des exportations, « recueil relatif aux avantages et facilitations accordés aux exportations hors hydrocarbures »*

5. Rapports et textes législatifs :

- Bulletin de la PME et de l'artisanat dans la wilaya de Bejaia 2017
- CNAS
- CNRC, 2018

6. Sites internet :

- www.persee.fr > doc
- www.douane.gov.dz IMG
- www.agroligne.com
- www.algex.dz
- www.caci.dz
- www.cagex.dz.
- www.ccimezghena.caci.dz
- www.douane.gov.dz
- www.lemoci.com
- www.maghrebemergent.info
- www.mincommerce.gov.de.
- www.mountainproducts-europe.org
- www.ons.dz
- www.reflexiondz.net

- www.safex.dz
- www.sciencedz.ne
- www.ASJP.dz
- www.wikipedia.dz.bejaia
- www.agreste.agriculture.org, consulté le : 12/03/2018.

Liste des tableaux

Tableau 1: Evolution du commerce extérieur algérien entre 2005-2017	10
Tableau 2: Evolution de la structure des exportations hors-hydrocarbures algériennes	12
Tableau 3: Evolution de la structure des exportations par régions économiques (2007-2017)	13
Tableau 4: Principaux clients de l'Algérie en 2017	14
Tableau 5: Evolution des exportations d'hydrocarbures en Millions de dinars (2007-2016)	15
Tableau 6: La part de la France dans le commerce extérieur de l'Algérie	31
Tableau 7: Structure du plan complémentaire de soutien à la croissance	37
Tableau 8 : Evolution de l'indice de la production des industries agroalimentaires, les tabacs et allumettes en 2002 à 2015.	
Tableau 9 : Structure de la valeur ajoutée hors hydrocarbures par secteur d'activité et secteur juridique :(2010-2015).....	41
Tableau 10 : Evolution du chiffre d'affaire par secteur d'activité	43
Tableau 11: Evolution de l'emploi par secteur d'activité	44
Tableau 12: Répartition des entreprises et de l'emploi selon les branches de l'industrie	47
Tableau 13: Les entreprises agroalimentaires exportatrices dans la wilaya de Bejaia.....	48
Tableau 14: Les différents métiers des PME AA dans la wilaya de Bejaia	59
Tableau 15: Population globale des PME au 2017.....	60
Tableau 16: Répartition des PME privées par secteur d'activité.....	61
Tableau 17: Concentration des PME privées (personnes morales) par région.....	62
Tableau 18: Densité des PME privées par région	63
Tableau 19: répartition des PME enquêtées par commune	67
Tableau 20: Présentation le profil des entreprises enquêtées	68
Tableau 21: Répartition des entreprises enquêtées selon leur nature juridique.....	69
Tableau 22: Répartition des entreprises enquêtées selon leur taille	70
Tableau 23: Répartition des entreprises enquêtées selon leur statut juridique.....	71
Tableau 24: Répartition des entreprises enquêtées selon sa date de création.....	72
Tableau 25: Répartition des entreprises enquêtées selon leur base de déterminer le prix de vente à l'export.....	73
Tableau 26: La répartition des entreprises enquêtées selon les critères de réussite sur le marché extérieur	74
Tableau 27: La répartition des entreprises enquêtées selon la destination de leurs produits	75
Tableau 28: La répartition des entreprises agroalimentaires qui ont des relations avec des firmes agroalimentaires étrangères	76
Tableau 29: La répartition des entreprises enquêtées selon la part de chiffre d'affaire et le commencement de ces produits	78
Tableau 30: La répartition des entreprises enquêtées selon la satisfaction de marché local	79
Tableau 31: La répartition des entreprises enquêtées selon leur manière régulière	80

Tableau 32: La répartition des entreprises enquêtées selon leur croissance.....	82
Tableau 33: la matière première de votre bien exporté est-elle importé ?	83
Tableau 34: La répartition des entreprises enquêtées selon leur stratégie d'exportation	83
Tableau 35: Utilisez-vous la politique protectionniste (le dumping)	85
Tableau 36: Est-ce que vous pensez que vous avez un avantage comparatif ?.....	86
Tableau 37: Avez-vous déjà bénéficié d'une aide financière ou d'un soutien à l'exportation ?.....	86
Tableau 38: Est-ce que vous avez bénéficié des exonérations fiscales ?	88
Tableau 39: Est-ce que vous pensez que les subventions de l'Etat sont suffisantes pour mener à bien exportations ?	89
Tableau 40: quel sont les risque auxquels votre entreprise est souvent exportée ?.....	90
Tableau 41: quel est votre gamme de produit ?.....	91
Tableau 42: la mission de chacune des entreprises au niveau national et International.....	92
Tableau 43: Répartition de l'échantillon selon les moyens de communication des entreprises enquêtées au niveau national et international	93
Tableau 44: Répartition de l'échantillon selon les procédures d'exportation des entreprises.....	95
Tableau 45: quels documents doivent être envoyés pour le client ?	96
Tableau 46: qui se charge du développement des activités d'exportations ?	96
Tableau 47: les raisons qui poussent l'entreprise a exporté ?	97
Tableau 48: les couts liés à l'activité d'exportation	98
Tableau 49: Quels sont les obstacles que vous rencontrés à l'export ?	99
Tableau 50: quelle est les difficultés rencontrées ?.....	100

Liste des figures

Figure 1: Evolution du commerce extérieur algérien entre 2005-2017	11
Figure 2: Evolution de l'indice de la production des industries agroalimentaires, les tabacs et allumettes en 2002 à 2015	2
Figure 3: Structure de la valeur ajoutée des industries agroalimentaires par secteur juridique.....	41
Figure 4: Evolution du chiffre d'affaire du secteur agroalimentaire et tabac	43
Figure 5: La répartition de la population dans la wilaya de Bejaia	53
Figure 6: Carte de distribution des IAA sollicitées sur la zone d'étude	54
Figure 7: répartition des PME enquêtées par commune	67
Figure 8: Répartition des PME enquêtées selon le statut juridique	71
Figure 9: Répartition des entreprises enquêtées selon leur branche d'activité	73
Figure 10: Répartition des PME enquêtées selon leur base de déterminer le prix de vente	74
Figure 11: Répartition des PME enquêtées selon leurs critères de réussite sue les marchés	75
Figure 12: Répartition des PME enquêtées selon la satisfaction de marché local.....	79
Figure 13: Répartition des PME enquêtées selon les exportations de manière régulière	81
Figure 14: Répartition des PME enquêtées selon leur croissance	82
Figure 15: Répartition des PME enquêtées selon leur stratégie	84
Figure 16: Répartition des PME enquêtées selon leur le bénéficié des mesures d'aide à l'exportation.....	87
Figure 17: Répartition des PME enquêtées selon leur organisme	88
Figure 18: Répartition des PME enquêtées selon les risques liés à l'exportation	90
Figure 19: Répartition des PME enquêtées selon leur moyen de communication	94
Figure 20: Répartition des PME enquêtées selon les procédures d'exportation des entreprises	95
Figure 21: Répartition des PME enquêtées selon les raison d'exportation	97
Figure 22: Répartition des PME enquêtées selon les coûts liés à l'activité d'exportation	98
Figure 23: Répartition des PME enquêtées selon les obstacles que vous rencontrés à l'export.....	100
Figure 24: Répartition des PME enquêtées selon les difficultés rencontrées	101
Schéma n°01 : La complexité d'un système agroalimentaire	30



Annexes

Annexe I

Tableau n 8 Evolution de l'indice de la production des industries agroalimentaires, les tabacs et allumettes en 2002 à 2015.

Base 1989= 100.

Code nomencl	Intitulé/agrégation	Indice														T.U.C. °-														
		2002°	2003°	2004°	2005°	2006°	2007°	2008°	2009°	2010*	2011*	2012*	2013**	2014**	2015**	2002°	2003°	2004°	2005°	2006°	2007°	2008°	2009°	2010*	2011*	2012*	2013**	2014*	2015**	
NSA 10	Ind. Agroalim. Tab.Allum.	60,6	48,0	40,5	34,6	33,0	32,3	34,5	31,3	30,3	36,6	35,9	35,6	38,2	37,8	55,3	44,2	39,3	38,1	48,4	51,9	60,6	58,1	70,6	65,7	58,8	58,9	64,0	67,0	
NAPR 53	Ind. Tab.Manuf. Allum	111,2	114,1	107,8	113,1	110,2	101,9	101,9	100,4	101,3	96,4	89,1	81,3	76,8	60,0	103,5	106,0	100,8	105,1	85,4	77,7	78,1	76,2	77,8	105,8	85,6	80,5	80,0	87	
NAPR 55	Travail de grains	52,0	32,1	24,9	16,1	14,0	16,8	24,4	21,9	19,3	27,9	26,1	27,2	31,4	33,8	50,3	31,1	27,3	21,7	35,6	50,6	70,1	64,1	78,7	56,2	52,6	54,9	53,4	57,5	
NAPR 56	Industrie du sucre	38,5	69,8	62,7	58,9	75,0	41,3	23,6	14,7	1,8	1,8	0,0	0,0	0,0	0,0	30,7	55,6	56,2	56,0	53,2	34,6	24,2	15,5	83,3	79,2	-	-	-	-	
NAPR 57	Fab.Boiss. Alcoolisées	77,6	45,5	34,1	33,9	20,1	24,5	18,3	10,2	3,8	2,4	1,0	0,0	0,0	0,0	64,3	37,7	19,8	18,8	11,1	11,8	16,1	8,9	3,4	2,1	1,0	0,0	0,0	0	
NAPR 58	Fab. Boiss. Non Alcoolis.	20,0	19,8	20,0	10,3	8,0	10,9	7,5	3,4	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	0,0	15,9	15,7	24,1	21,0	21,6	29,5	20,3	9,2	6,7	6,6	6,7	6,7	5,7	0	
NAPR 59	Industrie du lait	79,6	64,1	59,4	57,6	48,6	59,5	65,1	60,1	66,4	86,4	93,3	95,1	102,7	104,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
NAPR 61	Fab. Cons. Fruits/légumes	59,7	57,8	65,7	51,4	40,4	17,3	2,4	2,4	1,2	1,3	1,5	0,4	0,5	0,0	63,7	61,1	63,3	49,4	32,3	16,9	3,6	6,9	5,3	9,4	12,4	3,3	4,6	0	
NAPR 63	Fab. Prods. Alim.animaux	48,2	39,8	40,4	32,4	23,1	18,6	12,6	11,0	13,8	16,6	18,5	17,9	18,7	19,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

°-Taux d'utilisation des capacités de production.

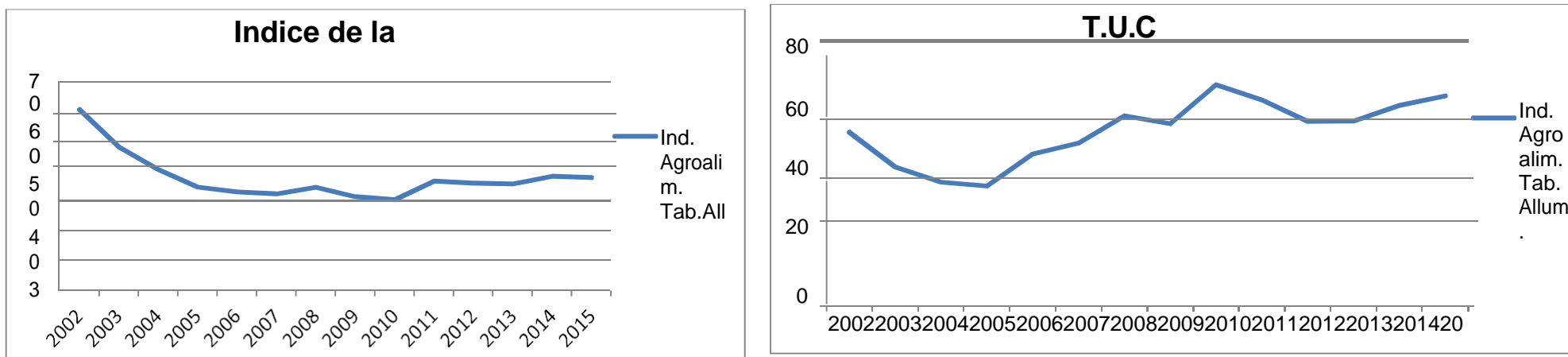
Source : établi par nous même à partir des données de :

° : Collections Statistiques N° 180/2013, Série E : Statistiques Economiques N° 74 : « Activité industrielle de l'année 2012 » La Direction Technique Chargée des Statistiques d'entreprises et du Suivi de la Conjoncture, Office National des Statistiques, Alger, Juillet 2013.p27.

*Idem. p13.

** Collections Statistiques N° 202/2016, Série E : Statistiques Economiques N°89 : « Activité industrielle : 2005-2015 », La Direction Technique Chargée des Statistiques Economiques et du Suivi de la Conjoncture, ONS, Alger, novembre 2016.p11.

Figure n° 01 : Evolution de l'indice de la production des industries agroalimentaires, les tabacs et allumettes en 2002 a 2015.



Source : Graphique réalisé par nos soins à partir des données du tableau n°8

Annexe II

Université de Bejaia
Faculté des sciences Economiques, commerciales et des sciences de gestion.
Département des sciences commerciales

Enquête auprès des entreprises exportatrices de biens agroalimentaires

Cette enquête rentre dans le cadre de la préparation d'un mémoire de Master sur le thème : «Les exportations hors hydrocarbures en Algérie : Enquête auprès des entreprises agroalimentaire de la wilaya de Bejaia ». Les informations que vous allez fournir seront utilisées uniquement à des fins académiques. Je m'engagerais pleinement à garantir leur stricte confidentialité.

Je souhaiterais votre pleine collaboration en complétant toutes les questions se rapportant à l'entreprise, pour cela des précisions sont fournies tout au long du questionnaire. Dans le cas où il n'y aurait pas de réponse complète à une question donnée, vous êtes priés de fournir une même approximative.

Elaboré par : Kahina GHERBI Encadré par : H.LOUIBA

Année universitaire : 2019/2020

QUESTIONNAIRE

I. IDENTIFICATION DE L'ENTREPRISE :

1. Nom de l'entreprise :

2. Siège social.....

3. La date de création de votre entreprise :

< 3ans 3-5 ans 5-10 ans 10ans

3. Taille de l'entreprise :

Petite entreprises Moyenne entreprises Grandes entreprises

5. Veuillez nous préciser la dénomination de votre entreprise ?

6. Nature juridique :

Publique Privée Mixte

7. Statut juridique

SNC SARL EURL

8. où installez- vous votre entreprise ?

II. ACTIVITE DE L'ENTREPRISE :

1. Secteur d'activité :

2.2.5 Type de produit fabriqué :

Lait et produits laitiers Huiles

Céréales Eau minérale

Boissons Viandes

Autres (précisez)

2.2.5 Sur quelle base vous déterminez le prix de vente à l'export ?

La demande de marché étranger

La concurrence

Les coûts de transport

Les coûts de production

2.2.5 Vos produits sont-ils estimés à la demande du marché étranger en terme de :

- Qualité
- Prix
- Quantité
- Norme internationale (technique/sanitaires)

2.2.5 Vos produits sont destinés vers quels pays :

- Pays du Maghreb
- Pays d'UE
- Pays d'Asie
- Pays d'Amérique du nord et d'Amérique latine

2.2.5 Avez-vous des relations avec des firmes agroalimentaires étrangères ?

- Oui
- Non

1.2.7 Si oui, maintenez-vous ces relations pour des transactions internationales (importation et exportation) ?

- Oui Non

6.2. Si non, veuillez nous préciser les objectifs de vos relations ?

.....
.....

7. Quelle est sa part dans le chiffre d'affaire de l'entreprise ?

.....

8. Depuis quand votre entreprise à commencer de produire ce genre des produits ?

.....

III. Information essentielles sur les exportations :

1. Arrivez-vous à satisfaire le marché local ?

- OUI NON

2. Exportez-vous de manière régulière ?

- OUI NON

3. Quels sont les produits exportés dans votre entreprise ?

.....
4. Vos exportations sont-elle en :

Augmentation

Stagné

isse

5. La matière première de votre bien exporté est-il importé ?

OUI

NON

6. Appliquez-vous des stratégies d'exportations à l'international ?

OUI

NON

Si oui préciser votre stratégie

.....
Si non, quel est l'origine de votre fournisseur ?
.....

7. Utilisez-vous la politique protectionniste (le dumping) ?

OUI

NON

Si non, pourquoi ?

8. Est-ce que vous pensez que vous avez un avantage comparatif ?

OUI

NON

9. Avez-vous déjà bénéficié d'une aide financière ou d'un soutien à l'exportation ?

OUI

NON

Si oui de quel organisme :

Chambre de commerce de l'industrie

ALGEX

GEX

PE

BANQUE

Autre

10. Est-ce que vous avez bénéficié des exonérations fiscales :

OUI

NON

Précise.....

11. Est-ce que vous pensez que les subventions de l'Etat sont suffisantes pour mener à bien vos exportations ?

OUI

NON

Très adapté

12. Quel sont les risques auxquels votre entreprise est souvent exportée :

Risque commercial

Risque pays

Risque de transport

Risque de change

Autre

Précise

13. Quel est votre gamme de produit ?

.....
14. Quel est la mission précise de votre entreprise actuellement au niveau :

National.....

.....

....

International.....

.....

15. Avec quel moyen de communication l'entreprise communique avec ses clients au niveau national :

Internet

téléphone

Réseau interne

Fax

Au niveau international :

Internet

téléphone

Réseau interne

Fax

16. La procédure d'exportation de vos produits est :

Complicé

Peu complicé

Très complicé

17. Quels documents doivent être envoyés pour le client ?

.....
 18. Qui se charge du développement des activités d'exportations :

- Direction commercial
- Direction logistique
- Direction exploitation
- Autre

19. Les raisons qui poussent l'entreprise a exportée ?

- saturation du marché national
- excédent de production
- développement de l'entreprise
- intérêt personnel
- autres (précisez).....

20. Les coûts liés à l'activité d'exportation sont :

- Elève
- Moyen
- Très élève

21. Quels sont les obstacles que vous rencontrés à l'export ?

- Currence élevée dans le marché international Surchargeministratives
- Dcultés d'obtention des financements Contraintes de logique
- Let réglementations défavorables Coûts élevés liés à l'ertation.

22. Quelle est les difficultés rencontrées ?

Voici une liste de difficultés potentielles à l'export. Pour chacune d'elle, merci d'indiquer le niveau de difficulté perçu (de "pas difficile" à "très difficile")

Rechercher des distributeurs	Pas difficile	Peu difficile	Difficile	Très Difficile
La conduite de la négociation				
Appréhender les différences culturelles des clients /				

partenaires				
Lourdeur au niveau des services des banques, des douanes				
Les incoterms, les procédures de dédouanement				
Les tarifs de transport - Les contrats de vente internationaux				
Respecter les normes étrangères				
Franchir les barrières douanières				
Lutter contre la contrefaçon et/ou gérer la protection industrielle				
Faire face aux impayés des clients				
Accéder à l'information sur le marché (clients, distributeurs...)				
Méconnaissance des prix des concurrents sur les marchés extérieur				
Adapter techniquement les produits				
Avoir une capacité de production				
Disposer d'un personnel qualifié				
Financer l'opération				
Le faible rapport « compétitivité prix » des produits algériens				

avec la concurrence étrangers de plus en plus agressive.				
Faible promotion des produits destinés à l'export (manque de catalogue, absence des sites internet, absence dans la presse et revue spécialisées ...)				
Manque de soutien des organismes d'appui à l'exportation suffisante				

Si autre précisez

Nous vous remercions de votre collaboration.

Table de matière

Table des matières

Remerciement.....	I
Dédicaces	II
Listedesabréviations	III
Sommaire	V
Introduction générale.....	1
Chapitre 01 : les exportations hors hydrocarbures en Algérie	4
Introduction	4
Section 01 : Le commerce extérieur en Algérie	4
1.1 Définition du commerce extérieur.....	5
1.2 Différents types de commerce extérieur.....	5
1.3 Historique et évolution du commerce extérieur	6
1.3.1 Historique du commerce extérieur	6
1.3.1.1 L'origine du commerce extérieur.....	6
1.3.1.2 Les grandes évolutions du commerce extérieur	7
1.3.1.2.1 L'apparition du commerce extérieur.....	7
1.3.1.2.1.1 Avant la révolution industrielle.....	7
1.3.1.2.1.2 Après la Révolution industrielle	7
1.3.2 L'évolution du commerce extérieur algérien	9

1.4	La structure des exportations hors-hydrocarbures par produit	11
1.5	La structure des exportations par régions économiques.....	13
1.6	La place d'hydrocarbures algérienne dans le marché mondial.....	14
Section02: exportation hors hydrocarbures en Algérie		16
2.1	Définition de l'activité d'exportation	16
2.2	Constat et évaluation.....	16
2.2.1	Evolution des exportations hors hydrocarbures	16
2.2.2	Les contraintes à l'exportation	17
2.2.3	Le rôle de l'agence dans la promotion des exportations hors hydrocarbures.....	17
2.2.4	Perspectives et suggestions visant impulser le développement des exportations hors hydrocarbures.....	18
2.2.5	Les organismes d'appui aux exportations hors hydrocarbures.....	18
2.2.5.1	Office Algérien de promotion du Commerce Extérieure (ALGEX)	18
2.2.5.2	Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportations (CAGEX) 19	
2.2.5.3	Fonds Spécial pour la Promotion des Exportations (FSPE).....	20
2.2.5.4	La Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie (CACI).....	21
2.2.5.5	La société Algérienne des foires et expositions (SAFEX)	22
2.2.5.6	L'Association Nationale des Exportateurs Algériens (ANEXAL).....	22
2.2.5.7	Le couloir vert	23
2.3	Les programme de mise à niveau pour les PME	23
2.3.1	Le programme OPTIMEXPORT	23
2.3.2	Le programme du MIR-ONUDI.....	23
Conclusion.....		24
Chapitre 02 : le secteur agroalimentaire en Algérie		26

Introduction	26
Section 01 : les industries agroalimentaires en Algérie globalement.....	26
1.1 place des IAA en Algérie	26
1.2 Présentation de l'industrie agroalimentaire	27
1.2.1 Généralités et concepts sur les industries agro-alimentaires	27
1.3 La genèse de l'industrie agroalimentaire en Algérie	28
1.3.1 L'industrie agroalimentaire avant 1962	30
1.3.2 L'industrie agroalimentaire pendant 1962-1980	31
1.3.3 L'industrie agroalimentaire pendant 1980-1990	32
1.3.4 De l'an 1995 jusqu'à 2000	33
1.3.5 De l'an 2000 à l'an 2018	35
1.3.5.1 Le Plan de Soutien à la Relance Economique (PSRE) : 2001-2004	36
1.3.5.2 Le Plan Complémentaire de Soutien à la Croissance : 2005-2009	37
1.3.5.3 Le plan de développement quinquennal (2010-2014).....	38
1.3.5.4 Le plan quinquennal de développement économique et social : 2015 – 2020	38
1.4 Le poids de l'industrie agroalimentaire dans l'économie nationale.....	39
1.4.1 La part des industries agroalimentaires dans la production brute : 2002-2015.....	39
1.4.2 La structure de la valeur ajoutée des industries agroalimentaires	40
1.4.3 Evolution du chiffre d'affaire du secteur agroalimentaire à l'instar des autres secteurs : 2010-2015.....	42
1.4.4 Evolution de l'emploi dans le secteur agroalimentaire (2010-2015)	43
1.5 Aperçu global sur la filière agroalimentaire en Algérie	44
1.6 DEVELOPPEMENT DE L'AGROALIMENTAIRE EN ALGERIE.....	46
Section02: La présentation de l'industrie agroalimentaire à Bejaia	47
2.1 Le secteur d'industrie agroalimentaire dans la wilaya de Bejaia	47
2.2 Les entreprises agroalimentaires exportatrices dans la wilaya de Bejaia.....	48
Conclusion.....	50
Chapitre 03 :Exportations de la filière Agro-alimentaire de Bejaïa : Résultats de l'enquête.....	52
Introduction	52

Section 01 : Les données essentielles du territoire d'étude.....	52
1.1 La présentation de la wilaya de Bejaia	52
1.2 L'économie de la wilaya	53
1.3 Aspect administratif	54
1.4 Ressources naturelles (secteurs porteurs).....	58
1.5 Infrastructure de base	58
1.6 Industries agroalimentaires	59
1.7 Bejaia se classe 3e en terme de nombre de PME	60
1.8 Présentation du secteur des PME au niveau de la wilaya Bejaia	60
A. population des PME	60
B. Par statut juridique et secteur d'activité	61
C. par région.....	62
D. densités	62
Section02: La démarche méthodologique de l'enquête de terrain	63
2.1 La présentation de l'enquête de terrain	63
2.2 Objectif et méthodologie de l'enquête du terrain	64
2.2.1 Objectif de l'enquête de terrain	64
2.2.2 Méthodologie de l'enquête de terrain.....	64
2.3 Déroulement de l'enquête	65
2.4 Le questionnaire	66
2.5 Les limites de l'enquête.....	66
Section03: Analyse et interprétation des résultats de l'enquête	66
3.1 Caractéristiques des PME enquêtées	66
3.1.1 Répartition des PME enquêté par commune	66
3.2 Les informations générales et profil des entreprises enquêtées.....	68
3.2.1 La nature juridique	69
3.2.2 La taille des entreprises	70

3.2.3	Le statut juridique.....	70
3.2.4	La création de l'entreprise.....	72
3.3	La branche d'activité.....	72
3.3.1	Le type des produits exportés.....	72
3.3.2	La base de déterminer prix de vente à l'export.....	73
3.3.3	Critère de réussite sur le marché extérieur.....	74
3.3.4	La destination des différents produits exportés.....	75
3.3.5	Les entreprises agroalimentaires qui ont des relations avec des firmes agroalimentaires étrangères	76
3.4	Les informations essentielles sur les exportations.....	79
3.4.1	Satisfaction de marché local.....	79
3.4.2	Les exportations de manière régulière.....	80
3.4.3	Les exportations sont.....	81
3.4.4	La matière première de votre bien exporté est-il importé.....	83
3.4.5	La stratégie d'exportation à l'international.....	83
3.4.6	La politique protectionniste (le dumping).....	85
3.4.7	Un avantage comparatif.....	86
3.4.8	Un bénéficié d'un aide financière ou d'un soutien à l'exportation.....	86
3.4.9	Une bénéficière des exonérations fiscales.....	88
3.4.10	Mission des entreprises.....	92
3.4.11	Les flux d'information.....	93
3.4.12	Les procédures d'exportation des entreprises.....	94
	Conclusion.....	105
	Conclusion générale.....	106
	Bibliographie.....	109
	Liste des tableaux.....	112
	Liste des graphes et figures.....	114
	Annexes.....	115
	Table des matières.....	127

Résumé

L'objet de ce mémoire est de répondre à la problématique posée sur les exportations hors hydrocarbures favorise la sensibilisation des entreprises Algériennes, j'ai essayé de comprendre ces risques et ces obstacles de la faible présence des entreprises agroalimentaires de la wilaya de Bejaia sur les marchés étrangers, ainsi j'ai exposé les principales difficultés et contraintes rencontrées lors de se dressent aux entreprises exportatrices dans leurs processus d'export.

Pour ce là, j'ai opté à expliquer et à étudier à travers tous les chapitre précédant le fait que dans le monde, l'industrie agroalimentaire a connu une dynamique majeure et très importante, expliqué par l'augmentation du volume des échanges des produits alimentaires à l'échelle internationale

Les résultats de mon enquête j'ai constaté que les entreprises agroalimentaires sises dans la wilaya de Bejaia sont, plus au moins négativement, c'est-à-dire le pays est sous développé (tiers monde) en terme des exportations hors hydrocarbures par rapport aux risques liés à l'exportation, aux obstacles et difficultés rencontrés à l'export et à tous les crises qui a frappée l'économie algérienne en raison de leur dépendance au marché international.

Abstract

The object of this thesis is to respond to the problem posed on non-hydrocarbon exports promotes the awareness of Algerian companies, I tried to understand the risks and obstacles of the low presence of agri-food companies of the wilaya of Bejaia on the foreign markets, so I exposed the main difficulties and constraints encountered when facing exporting companies in their export process.

For this, I opted to explain and study through all the previous chapters the fact that in the world, the food industry has experienced a major and very important dynamic, explained by the increase in the volume of trade in products international food

The results of my survey I found that the agri-food companies located in the wilaya of Bejaia are, more or less negatively, that is to say the country is underdeveloped (third world) in terms of non-hydrocarbon exports compared to the risks associated with exporting, to the obstacles and difficulties encountered in exporting and to all the crunches which hit the Algerian economy due to their dependence on the international market.