

UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA.

**FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET DES
SCIENCES DU GESTION.**

Département des Sciences Commerciales

**Mémoire de fin de Cycle
Pour l'obtention du diplôme de master en Sciences Commerciales**

Option : Finance et Commerce International

**Intitulé du thème :
Les exportations des produits agroalimentaires en Algérie : Cas SARL
HUILERIES OUZELLAGUEN**

Réalisé par :

M^{elle}: DJENANE Amel

M^{elle} : LAHLAH Lydia

Encadreur :

M^r BOUGUENOUNE HAMID

Membre du Jury

M^r : MOUSSAOUI

M^{elle} : ATOUT

Promotion 2016-2017

Remerciements

Nous remercierons tout d'abord dieu tout puissant de nous avoir donné le courage, la force et la patience d'achever ce travail.

Nous tenons à exprimer nos profondes gratitudees à Monsieur bouguenoun Hamid, qui a accepté de diriger ce mémoire, pour la confiance qui nous a accordée et les précieux conseils qui nous à apportés tout au long de ce projet.

Nos remerciements iront à tous les membres du jury qui ont accepté de consacrer le temps qu'il faut pour évaluer notre travail.

Nos remerciements s'adressent également à, Mr TABET Mahfoud, à M^{elle} AIT Ibrahim Nabila, à M^{elle} sonia, Mr AREZKI Nabil, et à toutes les personnes de la SARL Ifri pour leurs accueils et leurs aides.

Lydia et Amel

Dédicace

***Avant toute chose je tiens à remercier dieu de m'avoir
donné la capacité***

***D'écrire et de réfléchir, la force d'y croire et la
patience d'aller jusqu'au Bout du rêve.***

Je dédie ce modeste travail :

***A mes parents sources constantes d'encouragement, de
soutien, de Confiance et d'affection***

***A mes très chères sœurs de leurs générosités et
encouragement sans limite,***

Ainsi à mon unique et adorable frère Billal;

A tous mes amis et tous ceux qui pense à moi.

DEDICACES

« Il faut travailler pour être utile, il faut être utile pour être aimé, il faut être aimé pour être heureux »

Je dédie ce travail :

- A ma très chère mère, l'être le plus noble qui a sacrifié les belles années de sa vie pour voir un jour franchir le seuil de la réussite.**
- A mon très cher père, la plus belle marque de la reconnaissance que je puisse lui offrir c'est ma réussite.**
- A ma sœur KENZA, et surtout mon frère RAMY que j'aime beaucoup.**
- A ma grande mère à qui je souhaite une longue vie.**
- A mes oncles surtout mon oncle AKLI ; mes cousines et mes cousin**
- A toute la promotion FCI**
- A tous ceux qui me sont chers.**

Lydia

Liste des figures

Figure 1-1 : Évolution de la balance commerciale de l'Algérie

Figure 1-2 : La contribution des hydrocarbures au PIB

Figure 1-3 : Évolution de la valeur des exportations des hydrocarbures de l'Algérie

Figure 2-1 : Évolution annuelles des importations de la filière agroalimentaire

Figure 2-2 : Évolution des exportations nationales des produits agroalimentaires

Figure 2-3 : Évolutions de la production et de la valeur ajoutée du secteur IAA

Figure 2-4 : Évolution de la production oléicole en Algérie

Figure 2-5 : l'Évolution des importations d'huile d'olive en quantité (kg)

Figure 2-6 : Les pays fournisseurs de l'Algérie en huile d'olive

Figure 2-7 : l'Évolution des exportations d'huile d'olive en quantité (kg)

Figure 2-8 : Les pays destinataires d'huile d'olive

Figure 3-1 : Évolution des exportations Numidia (euro)

Figure 3-2 : Évolution des ventes Numidia en quantité (litre)

Figure 3-3 : Les pays destinataires de la SARL huilerie ouzellaguen

Liste des tableaux

Tableau N°1-1 : Évolution du commerce extérieure en Algérie

Tableau N°1.2 : La répartition des importations par mode de financement

Tableau N°1-3: Évolution des exportations des hydrocarbures en Algérie

Tableau N°1-4 : Évolution des exportations hors hydrocarbures en Algérie

Tableau N°1-5 : Principales entreprises exportatrices

Tableau N°1-6 : Les principaux produits hors hydrocarbures exportés

Tableaux N°2-1 : Répartition des entreprises par nomenclature des secteurs d'activités (NSA) et par secteur juridique

Tableau N° 2-2: Structure de la valeur ajoutée hors hydrocarbures Par secteur d'activité et secteur juridique

Tableau N°2-3: Évolution des recettes des exportations par secteur d'activité, secteur public national

Tableau N°2-4 : Évolution de l'emploi par secteur d'activité secteur public national

Tableau N°3-1 : les techniques de production et les normes de qualités appliquées dans la production du produit Numidia

Tableau N° 3-2 : réponses aux questionnaires de SARL HUILERIE OUZELLAGUEN.

Sommaire

Introduction générale	1
Chapitre 01 : Les exportations hors hydrocarbures en Algérie.....	4
Section 01 : L'évolution de l'ouverture économique et les Échanges commerciaux de l'Algérie.....	4
Section 02 : La structure des exportations algériennes	10
Section03 : Les dispositifs d'aide et de facilitation des exportations hors-hydrocarbures.....	17
Chapitre 02 : Le secteur agroalimentaire en Algérie : quelle place pour la filière oléicole ?	25
Section 01 : Le secteur agroalimentaire en Algérie	25
Section 02 : L'apport des secteurs agroalimentaire pour l'économie algérienne.....	33
Section03 : L'Huile d'olive en Algérie.....	38
Chapitre 03 : SARL Huileries Ouzellaguen et le processus d'exportation.....	55
Section 01 : présentation de l'organisme d'accueil.....	55
Section 02 : Filière oléicole au sein de l'entreprise huilerie ouzellaguen.....	54
Section 03 : étude d'un cas d'une exportation réalisée par la SARL HUILERIE OUZELLAGUEN	66
Conclusion générale.	77

Table des matières

Introduction générale.....	01
Chapitre01 : Les exportations hors hydrocarbure en Algérie.....	04
Introduction.....	04
Section01 : L'évolution de l'ouverture économique et les échanges commerciaux de l'Algérie.....	04
1.1. L'évolution de l'ouverture économique de l'Algérie.....	04
1.1.1. Depuis l'indépendance jusqu'au milieu des années 1980.....	04
1.1.2. 1986à 1994 : une ouverture économique et commerciale.....	05
1.1.3. 1994 à1998 : l'ajustement structurel	06
1.1.4. Depuis 1999 à nos jours.....	07
1.2. Aperçu sur les échanges commerciaux en Algérie.....	07
1.2.1. La répartition des importations par mode de financement.....	09
1.2.2. La répartition des exportations algérienne.....	10
Section02 : La structure des exportations algérienne.....	10
2.1. Les hydrocarbures dans l'économie algérienne.....	10
2.2. Les exportations hors hydrocarbure.....	12
2.3. Les PME exportatrice en Algérie.....	13
2.4. Les principaux produits hors hydrocarbures exportés.....	16
Section03 : Les dispositifs d'aide et de facilitation des exportations hors hydrocarbures.....	17
3.1. Les plans de promotion de l'exportation hors hydrocarbure.....	18
3.1.1. Office algéron de promotion du commerce extérieur (ALGEX).....	18
3.1.2. Compagnie algérienne d'assurance de garantie des exportations (CAGEX)...	19
3.1.3. Fond spécial pour la promotion des exportations (FSPE).....	19
3.1.4. Le couloire vert.....	20
3.2. Les accords préférentiels.....	20

3.2.1. De l'accord d'association avec l'union Européenne, en application depuis le 1 ^{er} septembre 2005.....	20
3.2.2. Le bénéfice du système généralisé de préférence accordé par les ETAT-UNIS l'année 2004.....	21
3.2.3. L'accord bilatéral Algréro-jordanien.....	21
3.3. Les avantages accordent aux exportations hors hydrocarbures.....	21
3.3.1. Les facilitations douanières.....	21
3.3.2. Les facilitations bancaires.....	22
3.3.3. Les facilitation fiscale.....	22
Conclusion.....	24
Chapitre 02 : Le secteur agroalimentaire en Algérie : quelle place pour la filière oléicole.....	25
Introduction.....	25
Section 01 : Le secteur agroalimentaire en Algérie.....	25
1.1. Présentation du l'industrie agroalimentaire en Algérie.....	28
1.2. Les principaux produits alimentaire importé par l'Algérie.....	27
1.2.1. Produits céréalière.....	28
1.2.2. Produits laitiers et dérivés.....	28
1.2.3. Produis sucrière.....	29
1.3. Les principaux produits alimentaires exportés par l'Algérie.....	30
1.3.1. Les secteurs des huiles et autre matières grasses.....	30
1.3.2. Dattes.....	31
1.3.3. Les boissons sans alcool.....	31
1.4. Aspects Réglementaire.....	32
1.4.1. Réglementation propre au commerce des produits agroalimentaire	32
Section02 : L'apport du secteur agroalimentaire dans l'économie algérienne.....	33
2.1. La place d'IAA dans l'économie algérienne.....	33
2.2. Les IAA publiques et privé en Algérie.....	33

2.3. La contribution des IAA a la production industrielle.....	34
2.4. La contribution des IAA dans les recettes des exportations.....	46
2.5. La contribution des IAA de l'emploi industriel.....	37
Section03 : Huile d'olive en Algérie.....	38
3.1. L'huile d'olive : processus de production et normes de qualité.....	38
3.1.1. Le processus de production de l'huile d'olive.....	38
3.1.2. Les normes internationales de la qualité.....	41
3.2. Huile d'olive en Algérie : potentialités et faiblesses.....	43
3.3. Les importations et les exportations d'huile d'olive.....	47
3.3.1. Les importations.....	47
3.3.2. Les exportations.....	48
Conclusion.....	50
Chapitre 03 : SARL huilerie ouzellaguen et le processus d'exportation	51
Introduction.....	51
Section01 : Présentation de l'organisme d'accueil.....	51
1.1. Historique et développement.....	51
1.1.1. Présentation des activités de l'entreprise.....	53
1.1.2. Les filiales de l'entreprise IFRI.....	53
1.2. Organigramme de l'entreprise.....	53
Section02 : Filière oléicole au sien de la SARL Huilerie Ouzellague.....	54
2.1. Présentation de la SARL « huileries ouzellaguen ».....	55
2.1.1. L'analyse de l'environnement externe et interne de la SARL huilerie ouzellague.....	55
2.1.2. Exploits de la filiale oléicole.....	55
2.1.3. Les gammes de produits Numidia.....	56

2.2. Processus de production « Numidia ».....	57
2.3. Les caractéristique de produit Numidia.....	59
2.4. Le prix du produit Numidia.....	60
2.5. La qualité de produit Numidia.....	60
2.6. La commercialisation du produit Numidia.....	61
2.6.1. La marque Numidia.....	61
2.6.2. L’emballage de Numidia.....	61
2.6.3. La distribution du produit Numidia.....	61
2.7. Evolution des exportations Numidia en quantité et en volume.....	63
2.7.1. L’évolution des exportations.....	63
2.7.2. L’évolution des exportations en quantité.....	64
2.8. Les contraintes à l’exportation de l’huile d’olive « Numidia ».....	65
Section03 : étude d’un cas d’une exportation réalisée par la SARL huilerie ouzellaguen.....	66
3.1. Cas d’une exportation de l’huile d’olive vers la France.....	67
3.2: L’interprétation du questionnaire établi au sien de l’entreprise.....	72
Conclusion.....	76
Conclusion générale.....	77
Bibliographie.	
Annexes.	

INTRODUCTION GENERALE

INTRODUCTION GENERALE

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 joue 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'autre pays aussi participent au commerce infranational pour bénéficier des couts de reviens plus compétitifs en matière premières, mains d'ouvre et fiscalité.

L'Algérie qui est préoccupé au premier chef par les problèmes d'ouverture, la spécialisation est le développement ; car en dépit de son potentiel matériel et humain, elle n'arrive pas a pénétrer le marché mondial et son commerce extérieur reste insuffisant pour sont économie, autrement que comme exportateur d'un seul produit (hydrocarbure) et importateur d'une large gamme de produits, cette asymétrie entre l'unicité des exportations et la diversité des importations rend l'économie algérienne vulnérable aux perturbations qui secouent de manière cyclique le marché des hydrocarbures et le dollar.

Le développement du secteur agroalimentaire en Algérie ces dernières années est considérée comme le 2eme industrie du pays après les hydrocarbures est le 1^{er} acheteur africaine de denrée alimentaire avec une forte volonté de développement agricole est rural 20milliards USD, ce secteur est constitue un enjeu majeur au niveau économique, public et social, La diversification de l'économie algérienne et la promotion des exportations hors hydrocarbures représentent les objectifs prioritaires pour le gouvernement Algérien. Une croissance et une diversification économiques passent nécessairement par le développement d'un système industriel performant et la création des PME compétitives. Dans cette perspective, l'industrie agroalimentaire constitue l'un des vecteurs de cette croissance. En effet, elle représente 40 % du chiffre d'affaires des industries algériennes hors hydrocarbures.

L'exportation des produits locaux ou nationaux, est l'une des formes les plus connues d'implantation des entreprises à l'étranger, une démarche qui peut paraître au début pas trop complexe mais les détails de la procédure sont vraiment exigeants et nécessitent un acheminement rigoureux.

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 .

Des indicateurs qui illustrent d'une façon bien claire et précise la fin de la période de l'or noir ; le pays est mené à trouver d'autres produits à exporter afin de camoufler ce déficit et pouvoir subvenir aux besoins du peuple.

L'oléiculture algérienne a connu ces dernières décennies de profondes mutations, pour sa mise à niveau nécessaire à son intégration dans l'économie mondiale. En effet, la concurrence qui résulte de la libéralisation des échanges a incité les entreprises de ce secteur à améliorer leurs performances et leur compétitivité.

L'huile d'olive produite en Algérie est généralement une huile lampante non propre à la consommation avec un taux d'acidité de 3.3% ce qui n'est pas conforme aux exigences du centre oléicole international (COI). Cette matière s'inscrit dans la catégorie des produits de terroir qui nécessite un entretien spécifique à travers la modernisation et l'amélioration du processus de production dans toutes ses étapes (choix de lieux de plantations, les conditions de collecte des olives, le stockage, le transport, la trituration, le stockage du produit fini, l'analyse labo, l'embouteillage).

Les exportations de l'huile d'olive Algérienne restent toujours insignifiantes malgré le rang qu'elle occupe dans la liste des pays producteurs de ce produit au monde, cette situation est due à l'ensemble des facteurs qui freinent la vente de ce produit à l'export.

La SARL Ifri est l'une des entreprises algériennes qui a trouvé une vocation dans la filière Oléicole, une entreprise qui a su lancer sa propre marque et promouvoir ce produit sur le territoire national ; même acquérir des marchés à l'international et exporter son produit fini purement algérien.

Malgré les plans de promotion que l'Algérie établit pour les produits hors hydrocarbures et plus spécifiquement pour les produits oléicoles, l'exportation de l'huile d'olive algérienne accuse un retard et enregistre de nombreux obstacles , le cas du produit de la SARL IFRI « Numidia » .

Dans notre étude, nous intéressants à l'exportation des produits agroalimentaires et plus particulièrement, l'huile d'olive de SARL HUILLERIE OUZELLAGUEN de la wilaya de Bejaia

L'objectif de notre étude est de répondre à la problématique suivante :

Quelles sont les procédures d'exportation adoptée par l'entreprise SARL huilerie OUZELLAGUEN ?

A fin de répondre de manière concrète et précise à cette problématique, il est nécessaire de répondre à certaines questions secondaires :

- L'huile d'olive Algérienne est-elle conforme en termes de qualité aux normes internationales ?
- Quels sont les efforts de l'entreprise SARL HUILLERIE OUZELLAGUEN afin de réussir à l'exportation ?
- Quelles est la démarche adoptée par les entreprises afin de réussir une opération d'exportation ?

Cela revient à rechercher les conditions sous lesquelles les entreprises pourraient relever leur capacité d'exportation

Notre étude nous avons émis les hypothèses suivantes :

- La non-conformité de la qualité de l'huile d'olive algérienne aux normes internationales est un obstacle à l'exportation.
- L'intégration des nouvelles technologies permet aux entreprises des conquérir des parts de marchés importantes.

Pour mener a bien cette étude et répondre à la question fondamentale évoquée précédemment, nous avons épousé la démarche suivante :

-Premièrement, la recherche bibliographique, la consultation des ouvrages, des revues, mémoires et des presses ainsi que les sites web ;

-Deuxièmement, le déplacement sur le terrain à travers un stage pratique qui a duré un mois dans l'entreprise SARL HUILLERIE OUZELLAGUEN. Le stage au sein de la l'entreprise a été dans le service export et service commercial

On a divisée cette partie en trois chapitres dont le premier portera sur les exportations hors hydrocarbures en Algérie, Le deuxième chapitre, aura pour objet sur le secteur agroalimentaire en Algérie : quelle place pour la filière oléicole , Le troisième on a essayé a travers ce chapitre de répondre à la problématique posé au départ en analysant l'efficacité des procédures d'exportation utilisées par la SARL HUILLERIE OUZELLAGUEN « produit Numédia ».

Introduction

L'Algérie a subi les échanges économique depuis son indépendance. A la fin des années 80, elle a vécu une transformation radicale de son environnement induit 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 comme objectif stratégique par la totalité des gouvernements qui se sont succédés. 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.¹

Ce chapitre examinera les exportations hors hydrocarbures en Algérie, la première section sera consacrée à l'évolution de l'ouverture économique et les échanges commerciaux de l'Algérie, tandis que la deuxième abordera la structure des exportations algériennes, Enfin la troisième section sera consacrée aux dispositifs d'aides et de facilitation des exportations hors-hydrocarbures dans ce pays.

SECTION 01 : L'EVOLUTION DE L'OUVERTURE ECONOMIQUE ET LES ECHANGES COMMERCIAUX DE L'ALGERIE

Avant de se pencher sur les exportations, nous allons présenter un aperçu sur l'ouverture économique en Algérie et les échanges commerciaux en précisant la place des hydrocarbures dans l'économie algérienne, ensuite nous allons aborder les exportations hors hydrocarbure et leur évolution.

1.1. L'EVOLUTION DE L'OUVERTURE ECONOMIQUE DE L'ALGERIE

Nous pouvons scinder l'ouverture économique de l'Algérie en quatre périodes :

1.1.1 : Depuis l'indépendance jusqu'au milieu des années 1980

Juste après l'indépendance, l'Algérie a opté pour une politique protectionniste, matérialisée par la généralisation du monopole de l'Etat sur le commerce extérieur. Durant cette période, l'attention était beaucoup plus accordée aux hydrocarbures, dont les recettes étaient consacrées ; à l'achat des biens d'équipement et d'usines clés en main.

¹ BEN BAYER.H,SALEM.A ET TIBOUCHE.A : « les pratiques des entreprises à l'exportation » cahier du cread N 39 , année 1997

Cette politique protectionnisme a débouché sur la formulation par le ministère de commerce d'un programme général d'exportation(PGE), mené à travers différentes mesures² :

- Le contingentement à l'importation : mis en application par l'intermédiaire de licence d'importation, il a pour objectifs de limiter les importations de luxe, de protéger la production et l'emploi nationaux et d'améliorer l'état de la balance commerciale.
- Le contrôle des changes : dès octobre 1963, l'Algérie a quitté la zone France en rendant le contrôle des échanges applicable à tous les pays tiers. Les exportateurs, sauf autorisation de la banque centrale d'Algérie, étaient tenus de respecter un délai de rapatriement maximum de 60 jours à compter de la date d'expédition des marchandises.

À noter également que durant cette période, le recours aux intermédiaires de commerce était interdit. Le commerce extérieur de l'Algérie à cette époque. Était donc très peu diversifié, notamment du point de vue des exportations constituées essentiellement d'hydrocarbures.

1.1.2:1986 à 1994 : une ouverture économique et commerciale

Le réel changement dans la situation économique et financière en Algérie, apparaît après la crise de 1986. Une crise liée à la dégradation des prix du pétrole, qui a fait chuter les revenus d'exportation de 40% et accroître les échéances de la dette extérieure. Rapidement, toute l'économie est paralysée. Afin de sortir de cette crise, l'État algérien a recouru à l'endettement auprès de la banque mondiale BM (les premiers contacts de l'Algérie avec la banque mondiale).

La première manifestation de ce changement constitue, le dépôt de candidature en vue de l'accession au GATT en 1987 qui a pour objectif :

- La diversification des échanges afin de sortir d'une spécialisation étroite, la libéralisation du commerce extérieur consistant la condition de cette diversification à moyen et long terme des exportations et de la production ;
- Le redressement du niveau général de la compétitivité industrielle afin de mieux préparer l'industrie à affronter les effets de concurrence internationale ;
- La maîtrise et le contrôle des importations des produits alimentaires.

En 1988, les recettes sont toujours en diminution avec un taux de 12% par rapport à l'année précédente (banque centrale d'Algérie).

² BENISSAD.H : « la réforme en Algérie ou l'indicible ajustement structurel », OPU, page :75-77

En 1989, un accord a été signé entre l'Algérie et FMI (fonds monétaire internationale), et second accord similaire a été signé en juin 1991 et un troisième en 1993. L'objectif de ces accords avec le FMI est de soutenir le programme d'ajustement structurel dont la pierre angulaire et la libéralisation du commerce extérieur. S'enclenche alors un mouvement de libéralisation du commerce extérieur avec la loi de finances complémentaires de 1990 qui a autorisé désormais l'établissement des firmes nationales ou étrangères d'importations et d'exportations.

1.1.3. 1994 à 1998 ; L'ajustement structurel

La crise économique et financière, qui dure depuis 1986, amène le gouvernement à demander le rééchelonnement de sa dette extérieure et l'application d'un PAS (programme d'ajustement structurel). Les discussions sont fondées alors sur les questions du secteur public; sa restructuration, sa privatisation, son rôle de L'Etat algérien a accepté les mesures standards d'ajustement structurel qui sont en continuité avec le processus de réforme préalablement engagés. Ce programme est énoncé au tour de quatre objectifs :

- Favoriser une forte croissance économique de manière à élaborer l'accroissement de la population active et réduire progressivement le chômage.
- Assurer une convergence en termes de taux d'inflation par rapport au pays industrialisé.
- Rétablir la variabilité de la position extérieure tout en constituant des réserves de changes suffisantes.

Le programme d'ajustement structurel concerne la libéralisation du régime du change, la libéralisation du commerce extérieur, la libéralisation des prix, la réforme des entreprises publiques et le développement du secteur privé, la modernisation et la réforme des finances publiques... Etc.

Ainsi en 1996, l'Algérie réactive le dossier de l'accession à L'OMC (Organisation Mondiale du Commerce). Les pays en développement dont l'Algérie, ont bénéficié d'une franchise douanière pour leur exportation vers les pays industrialisés depuis les années 1970, pour pouvoir bénéficier de cet avantage, ils doivent accepter la création de zones de libres échanges. Cela a conduit l'Etat algérien à ouvrir les négociations avec l'Union Européenne dans le cadre du processus de Barcelone 1995 dont l'objectif d'aboutir à une zone de libre échange.

1.1.4. Depuis 1999 à nos jours

Cette période s'ouvre avec la fin du programme d'ajustement structurel, et le retour des équilibres macroéconomiques et financier. Cette situation équilibrée coïncide avec l'amélioration et l'accroissement des prix des hydrocarbures à partir de second semestre 1999. Le pays passe d'une situation de déficit de ressources financières (1986-1996) à une situation d'excédent à partir de 2002. Cela, contribue à s'orienter vers l'amélioration des déterminants structurels de l'insertion internationale avec une ouverture de capitaux productifs étrangers et la convergence institutionnelle vis-à-vis des partenaires, européens en particulier, devient propriétaire, ce qui a donné lieu de lancer à nouveau les négociations des accords internationaux et la signature de l'accord d'association avec l'Union Européenne(entrée en vigueur en 2005).

1.2. APERÇU SUR LES ÉCHANGES COMMERCIAUX EN ALGÉRIE

Le commerce extérieur est régi par l'ordonnance n° 03/04 du 19 juillet 2003 relative aux règles générales applicables aux opérations d'importation et d'exportation de Marchandise, qui consacre le principe de la liberté du commerce.

A partir des années 2000, on assiste à un développement rapide de nos échanges avec le monde extérieur, notamment pour ce qui est des exportations. Celles-ci passent de 46,01 milliards en 2005 à 79.3 milliards de dollars en 2008 en raison essentiellement de hausse du volume et des prix des hydrocarbures exportés. L'ouverture économique et les disponibilités financières générées par les exportations, restent dominées par hydrocarbures, soit 94 à 95 %.

En 2009, les exportations ont diminué de près de 45 % par rapport à l'année 2008 en raison de la forte baisse de la demande en hydrocarbure résultant de la crise économique mondiale. Pour les importations, elles présentent une légère baisse de 1.22 milliards de dollars. Le solde commercial en cette période, a connu une chute, passant de 40.5 à 7. 90 milliards de dollars.

Durant la période 2010 à 2012 à été enregistrée, une augmentation des exportations accompagnée par une augmentation des importations, cet accroissement est de 15 milliards dollars pour les exportations et 10 milliards de dollars pour les importations, en comparant avec l'année 2009.

Les résultats globaux obtenus en matière des réalisations des échanges extérieurs de l'Algérie durant l'année 2013 font ressortir un volume total évalué à 118 milliards USD dont 65 milliards USD d'exportations et 55.02 milliards USD d'importations.³

Ces résultats font, également, ressortir un excédent de la balance commerciale de 9.95 milliards USD, alors qu'il s'établissait à 21,49 milliards USD en 2012, soit une importante baisse de l'ordre de 48 %.

Par ailleurs, en termes de couverture des importations par les exportations, les résultats en question dégagent un taux de 118% en 2013 contre 143% enregistré durant l'année 2012.

En effet, les exportations algériennes ont continué leur tendance baissière depuis l'année 2011 jusqu'à 2016 avec 28.88milliards de dollars.

Ainsi, elles ont enregistré une diminution significative au niveau de la balance commerciale avec -17.03 milliards de dollars par rapport à 26.24 en 2011.

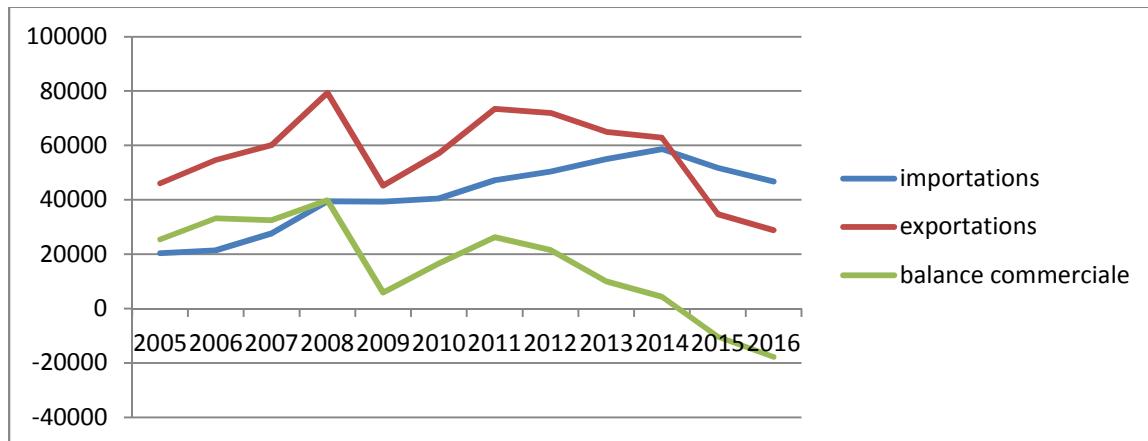
Quant aux importations algériennes, elles ont poursuivi leur tendance haussière, avec une augmentation de 6,45% en 2014 par rapport à l'année 2013, passant de 55,02 milliards de dollars en 2013 à 58,58 milliards de dollars en 2014.les importations ont diminué de près de 51.70milliards de dollars en 2015 et 46,73 milliards de dollars en 2016 par rapport a l'année 2014 en raison de la forte baisse de la demande en hydrocarbure résultant de la crise économique mondiale (voir le tableau 1-1).

Tableau 1-1 : Évolution du commerce extérieure en Algérie au cours des années (2005/2016) : (Unité: Millions US Dollars)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Importations (caf)	20357	21456	27631	39479	39294	40473	47247	50376	55028	58580	51702	46727
exportations (fob)	46001	54613	60161	79298	45194	57053	73489	71866	64974	62886	34668	28883
balance commerciale	25644	33157	32532	39819	5900	16580	26242	21490	9946	4306	-10332	-17034
taux de couverture(%)	226	255	218	201	115	141	156	143	118	107	67	62

Source : ministère des finances direction générale des douanes, année 2016.

³ Ministère des finances, direction générale des douanes, ONS ; année : 2016.

Figure 1-1 : Évolution de la balance commerciale de l'Algérie période: années 2005 à 2016

Source : ministère des finances direction générale des douanes, année 2016.

Les précédents, tableau et graphique, illustrent la baisse des exportations à partir du pic enregistré en 2011, ainsi que la tendance à la baisse des importations à partir de 2014. Ceci induit une diminution significative de la balance commerciale.

1.2.1. La répartition des importations par mode de financement

Les importations réalisées au cours de l'année 2015 ont été financées par CASH à raison de 58,78%, soit près 30,27 milliards de dollars US, enregistrant ainsi une diminution de 5,44% par rapport à l'année 2014. Les lignes de crédits ont financé 37,72% du volume global des importations, soit une baisse de 22,08%. Le reste des importations est réalisé par le recours aux autres transferts financiers à raison de 3,5%, soit en valeur absolue de 1,8 milliard de dollars US⁴.

Tableau 1.2 : La répartition des importations par mode de financement pour 2014-2015, (Valeurs en millions USD).

Mode de financement	2014		2015		Évolution (%)
	Valeurs	Struc %	Valeurs	Struc %	
CASH	32013	54,65	30270	58,78	-5,44
LIGNES DE CREDIT	24934	42,56	19428	37,72	-22,08
COMPTES DEVOISES PROPRES	18	0,03	17	0,03	-5,56

⁴ www.ONS.dz

AUTRES	1615	2,76	1786	3,47	10,59
Total	58580	100%	51501	100%	-12,08

Source : ministère des finances direction générale des douanes, année 2015

1.2.2. La répartition des exportations algériennes

Les hydrocarbures qui continuent à représenter l'essentiel des exportations algériennes avec 95.2% du volume global passent de 5.17 milliards de dollars en juillet 2013 à 5.59 milliards de dollars US en juillet 2014, soit une augmentation de l'ordre de 8.267%. Tandis que les exportations hors hydrocarbures qui demeurent toujours marginale, avec seulement 4.8% du volume global des exportations, affichent une augmentation de 94.5% par rapport au mois de juillet 2013 en passant de 145 à 282 millions de dollars. Les principaux « produits hors hydrocarbures » exportés, sont constitués essentiellement par le groupe « demi-produits » qui représente une part de 4.23% du volume global des exportations ; soit l'équivalent de 249 millions de dollars, suivi par les « biens alimentaires » avec une part de 0.37% soit 22 millions de dollars, par le groupe « produits bruts » avec une part de 0.17% et enfin par les « biens de consommation non alimentaires » avec la part de 0.02%⁵.

SECTION 02 : LA STRUCTURE DES EXPORTATIONS ALGERIENNES

Sur le plan du commerce extérieur, le secteur des hydrocarbures a toujours occupé une place prépondérante dans l'économie de l'Algérie. Il constitue le moteur de la croissance de l'économie et son principal pourvoyeur en revenus et en devises.

2.1. LES HYDROCARBURES DANS L'ECONOMIE ALGERIENNE

Les hydrocarbures constituent depuis longtemps la principale source algérienne. Dans la première moitié de l'année 2016, l'économie a provoqué une baisse des prix du pétrole qui a été compensée par la hausse de la production d'hydrocarbures.

Durant les huit premiers mois de l'année 2016, le déficit commercial de l'Algérie a atteint 13,997 milliards de dollars contre 11,06 milliards à la même période de 2015, soit une hausse du déficit de 26,5%. À l'exportation, les hydrocarbures continuent de représenter l'essentiel des

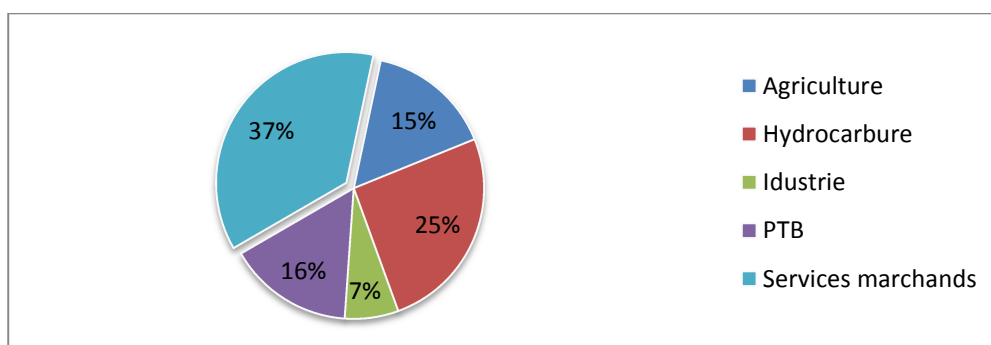
⁵ HACHEMI N, « impact prévisible de l'intégration de l'Algérie à la zone de libre échange union européenne et organisation mondiale du commerce sur la filière huile alimentaire », institut national agronomique, Alger, année 2013.

exportations de l'Algérie. En effet, avec 27,1 milliards de dollars, la part des hydrocarbures a représenté 93,84% du volume global des exportations sur l'année 2016.

Au vu du rôle important du secteur des hydrocarbures dans la couverture des dépenses et de l'investissement public, la croissance du PIB se trouve fortement influencée par les fluctuations des prix du gaz naturel et du pétrole sur le marché mondial.

A ce titre, le poids de ce secteur dans la formation du PIB en 2015 a été estimé à 25%, comme indiqué sur la figure 1-2 ci-après :

Figure 1-2 : La contribution des hydrocarbures au PIB en 2015



Source : Office Nationale des Statistiques (ONS), Firme Multinationale Internationale(FMI)

- **Évolution des exportations des hydrocarbures en Algérie de 2005 à 2015.**

Jusqu'à 2008 les exportations des hydrocarbures ne cessent d'augmenter passant de 43937 à 77362 millions de dollars, la progression des exportations particulièrement en 2008 où les cours mondiaux de pétrole ont atteints 145 USD pour le prix du baril par rapport à l'année 2007 où le prix était de 57,08 USD. Puis en 2009 on remarque une chute des exportations des hydrocarbures, elle baisse du près de 50 pour cent par rapport à l'année de 2008, suite à la baisse du prix du baril qui est passé de 145 USD en juillet 2008 à moins de 34 dollars le baril en 2009, suite à la crise financière internationale⁶.

Ce choc est largement visible dans les statistiques du commerce extérieur de l'année 2009. De 2010 à 2011 on remarque une augmentation de montant des exportations

⁶ Office national statistique : évolution des exportations des hydrocarbures en Algérie. 2005-2015

hydrocarbures. A partir de 2012 à 2015, une chute remarquable des exportations hydrocarbures due essentiellement à la baisse des prix du pétrole à moins de 35 dollars le baril

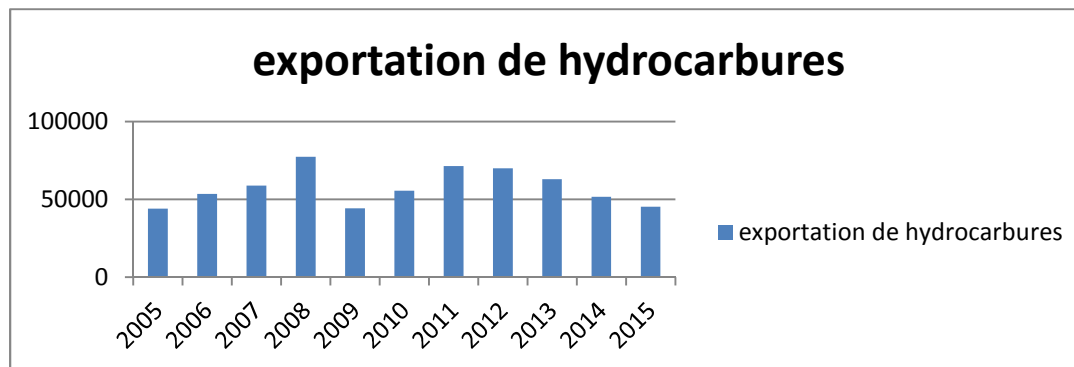
Tableau 1-3: Évolution des exportations des hydrocarbures en Algérie de 2005-2015

Années	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Les exportations des hydrocarbures	43937	53456	58831	77361	44128	55527	71427	69804	62814	51600	45300

Source : réalisé à partir des données de : centre National de l'informatique et des statistiques(CNIS)

Pour montré clairement évolution des exportations des hydrocarbures en Algérie on a choisi cette figure suivante

Figure 1.3- évolution de la valeur des exportations des hydrocarbures de l'Algérie de 2005-2015.



Source : réalisé par nous même à partir des données du tableau n°01-03

2.2. LES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES

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 à été inscrite comme objectif stratégique par la totalité des gouvernements qui se sont succédés.

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 prises⁷.

Tableau 1-4 : Évolution des exportations hors hydrocarbures en Algérie 2005-2014

Valeur en millions USD	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Exportations hors hydrocarbures	1099	1158	1332	1937	1066	1526	2062	2062	2156	2810

Source : réalisée à partir des données de Centre National de l'Informatique et des Statistiques (CNIS) et d'ALGEX, année 2014.

En 2005 la valeur des exportations hors hydrocarbures était de 1099 million USD soit une part de 2% du total des exportations. En 2007 (1332 millions USD), elles restent marginales a hauteur de 2,2 % mais avec une croissance de 11% par rapport à 2006 (1158 millions USD) et de 50% par rapport à 2005(1099 millions USD). D'après le centre national de l'informatique et des statistiques (CNES), ces dernières ont enregistré une augmentation de plus de 42% en 2008 par rapport à l'année 2007. Elles ont enregistré, pour l'année 2010 (1526 millions USD), une augmentation de l'ordre de 52% par rapport à l'année 2009 (1066 millions USD). Les exportations de l'Algérie hors hydrocarbures, en 2012, demeurent marginales avec moins de 3% du volume global des exportations (2062 millions de dollars)⁸.

2.3. LES PME EXPORTATRICE EN ALGERIE

Les PME exportatrices représentent une solution au décollage de l'industrie de pays et donc à une croissance plus rapide car l'exportation est l'un des moteurs de croissance économique. Dans certains cas, on attribue aux PME exportatrices le qualificatif de « *Champions cachés* »⁹. Il lui est souvent reconnu un impact positif et significatif sur le niveau de développement de la nation à travers notamment les effets d'entraînement qu'elle exerce

⁷ BEN BAYER.H, SALEM.A et TIBOUCHE.A : « les pratiques des entreprises à l'exportation » cahier du CREAD n°39 ,1997.

⁸ Centre National de l'Informatique et des Statistiques (CNES), année 2014

⁹ SIMON (Hermann): les champions cachés : fers de lance de succès des exportations Allemandes, dans les Euro-PME, coordonné par Bernard PRAS et Agnès BOUTIN, Economica 1995, p43-60

sur l'économie, en élargissant les secteurs productifs et en suscitant une incitation à la croissance¹⁰.

Il faut noter par ailleurs que les PME occupent une place importante dans l'économie Algérienne et constituent une grande partie du tissu industriel. Au début de l'année 2012, l'Algérie compte environ 700 000 PME, qui emploient plus de 1.7 million de personnes. Environ 95% d'entre elle sont des TPE (Très petite entreprise), avec un effectif inférieur à 10 personnes, un chiffre d'affaires à 20 MDZD (200000 €). Elles constitueraient à présent 94 % du tissu national d'entreprises et généreraient 52 % de la production totale du secteur privé hors hydrocarbures et près de 35 % de la valeur ajoutée. L'Algérie compte quoi qu'il en soit 15 PME pour 1 000 habitants seulement, contre une moyenne de 50 à 60 pour 1 000 habitants dans les pays émergents. Le Conseil national consultatif pour la promotion des PME fait par ailleurs état, d'un taux de mortalité précoce des PME de près de 20 %.

Inévitablement, le développement des exportations hors hydrocarbures nécessite une démarche offensive à l'international de la part des entreprises et une capacité à s'adapter au nouveau contexte de la mondialisation et affronter leurs concurrentes étrangères sur leurs propres marchés¹¹

Nous avons choisi de traiter l'exportation comme forme représentative de l'internationalisation de la PME non seulement parce qu'elle constitue le sujet de notre mémoire, mais également du fait que ce mode de développement à l'extérieur a été et reste prépondérant dans l'entreprise notamment dans les PME. En fait, l'exportation des produits à partir du marché domestique, (la forme traditionnelle de l'internationalisation), demeure, en dépit de l'augmentation de la variété des formes d'internationalisation, le vecteur privilégié du commerce international. L'exportation est également reconnue comme la forme essentielle de l'implication des PME à l'étranger¹², puisqu'il semble mieux convenir aux capacités et ressources, limitées, des PME en leur permettant ainsi une grande flexibilité, un engagement minimum de ressources et une exposition limitée aux risques.

¹⁰ VERLEY (Patrick): Exportations et croissance économique dans la France des années 1860 ». Histoire des sciences sociales, 1988, Volume 43, N°1, P 83- 84

¹¹ KAIID.W, TAZARART.K, « la place des exportations dans la stratégie des PME algérienne, enquête par questionnaire auprès des PME de la willaya de Bejaia », université de Bejaia, 2014-2015.

¹² FADIL.N: Internationalisation et performance des PME : l'impact d'une cotation en Bourse. 8eme CIFEPME. P4

Tableau 1-5 : Principales entreprises exportatrices, (en 2013)¹³

exportateurs	Produits	valeur million \$	part %
Sonatrach	solvants-naphta méthanol	996,98	49,50
Fertial	ammoniac, engrais	293,72	14,58
Cevital	sucre, graisses et huile végétales	278,35	13,82
Somiphos	Phosphate	96,57	4,80
Fruital	eaux, y compris les eaux minérales et gazéifiées	31,72	1,57
Helios	Hélium	24,96	1,24
mediterranean float glass mfg	verre plat et trempé	22,82	1,13
arcelor mittal	fonte brute, produits laminés en fer ou en acier	21,70	1,08
sorfert algerie	ammoniac engrais	17,45	0,87
alzinc (société algérienne de zinc)	zinc et alliages en zinc cendres et résidus acide sulfurique	10,69	0,53
semoulrie industrielle de la mitidja sim	pates alimentaire, couscous	9,95	0,49
cuirs pleins fls	cuirs et peaux	7,98	0,40
kapachim algerie	dérivés sulfonés	7,63	0,38
michelin algerie	pneumatiques en caoutchouc	7,41	0,37
knauf platres	ouvrages en plâtre ou en compositions à base de plâtre	7,03	0,35

Source : Smail L, rapport Stratégie de Développement des Exportations Algériennes, les exportations algériennes H, H, 2016.

Sonatrach, l'entreprise nationale des hydrocarbures, est le principal exportateur en dehors de son secteur primaire. En effet, la Sonatrach compte, à elle seule, 49,5% des exportations hors-hydrocarbures, soit 997 millions de dollars. Les produits exportés sont des solvants-naphta et du méthanol, des dérivés du pétrole.

Le second exportateur le plus important n'est autre que Fertial, l'entreprise nationale des fertilisants. Celle-ci exporte pour 293,7 millions de dollars d'ammoniac et d'engrais,

¹³ Smail L, rapport Stratégie de Développement des Exportations Algériennes, les exportations algériennes H, H.

représentant 14,58% des exportations hors-hydrocarbures globales. Sorfert Algérie, une société concurrente, active dans le même secteur (engrais), exporte l'équivalent de 17,45 millions de dollars, soit une part de 0,87% du total¹⁴.

Le troisième exportateur Cevital est un groupe familial de plusieurs sociétés, créé par des fonds privés en 1998 à Béjaïa, à l'entrée du pays dans l'économie de marché. Avec un taux de croissance annuel à deux chiffres, le groupe Cevital a atteint aujourd'hui une taille qui lui permet d'acquérir le statut d'acteur majeur régional et continental, consacré par le rapport The African challengers de BCG, le prestigieux cabinet américain de stratégie, L'entreprise possède le complexe agroalimentaire de Béjaïa en Kabylie. En 2012, 450 000 t d'huile, essentiellement destinées au marché national, ont été produites par Cevital Agro.

2.4. LES PRINCIPAUX PRODUITS HORS HYDROCARBURES EXPORTÉS SONT :

Les groupes de produits exportés en dehors des hydrocarbures sont constitués essentiellement par des demi-produits qui représentent une part de 4,5% du volume global des exportations soit l'équivalent de 1,3 milliard de Dollars US, des biens alimentaires avec une part de 1,13% , soit 327 millions de Dollars US, des produits bruts avec une part de 0,29%, soit en valeur absolue de 84 millions de Dollars US et enfin des biens d'équipements industriels et des biens de consommation non alimentaires avec les parts respectives de 0,18% et 0,06%¹⁵ (tableau 1-6).

¹⁴ Tout Sur L'Algérie (TSA), les 15 premiers exportateurs algériens hors hydrocarbures, 27/01/2015.
www.archives2014.tsa-algerie.com

¹⁵ Ministère des finances et Direction Générale des Douanes, Statistique du commerce Extérieur de l'Algérie, 2015.
www.mincommerce.gov.dz

Tableau 1-6 : Les principaux produits hors hydrocarbures exportés durant l'année (2015-2016)
(Valeurs en millions USD)¹⁶

principaux produits	année 2015		année 2016		évolution (%)
	Valeurs	structure %	Valeurs	structure %	
engrais minéraux ou chimiques azotes	419,44	21,30	447,68	25,14	6,73
huiles et autres produits provenant de la distillation des goudrons	524,88	26,66	388,18	21,80	-26,04
ammoniacs anhydres	477,02	24,23	323,92	18,19	-32,10
phosphate de calcium	95,29	4,84	77,99	4,38	-18,16
Dattes	34,70	1,76	37,52	2,11	8,13
hydrocarbures cycliques	52,05	2,64	36,32	2,04	-30,22
alcools acycliques	29,28	1,49	26,38	1,48	-9,90
hydrogene, gaz rares	27,28	1,39	24,39	1,37	-10,59
fils, cables et autres conducteurs isoles	1,79	0,09	19,19	1,08	-
sous total	1 812	92,01	1 613	90,58	-10,95
total	1 969	100	1 781	100	-9,55

Source : CNIS, période : année 2016, op.cit.

SECTION 03 : LES DISPOSITIFS D'AIDE ET DE FACILITATION DES EXPORTATIONS HORS-HYDROCARBURES

Afin de protéger les entreprises dans leur processus d'exportation, l'État a mis en place une série d'organismes. Des mesures d'encouragement des exportations hors hydrocarbures ont été mises en place. Parmi ces mesures, nous citons : les organismes d'appui aux exportations hors hydrocarbures.

¹⁶CNIS, période : année 2016, op.cit.

3.1. LES PLANS DE PROMOTION DE L'EXPORTATION HORS HYDROCABURES

Le Ministère du Commerce Algérien a mis en place une série de mesures qui visent à aider les exportations HH, à améliorer l'environnement général de l'entreprise et le rendre moins contraignant.

3.1.1. Agence Algérienne de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX)¹⁷

Le développement des exportations hors hydrocarbures en Algérie est, depuis plus d'une décennie, au centre d'une attention particulière des pouvoirs publics qui ont mis en place des mesures d'encadrement destinées à promouvoir la production algérienne sur les marchés extérieurs. S'inscrivant dans une politique d'expansion des échanges commerciaux et d'intégration mondiale, la création de l'Agence Nationale de Promotion du Commerce extérieur (ALGEX), par le Décret exécutif n°04-174 du 12 juin 2004, est venue pour apporter un support aux exportations hors hydrocarbures¹⁸, 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 suit :

- la 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;
- la gestion des instruments de promotion des exportations hors hydrocarbures au bénéfice des entreprises exportatrices;
- l'analyse des marchés mondiaux et la réalisation d'études prospectives globales et sectorielles sur les marchés extérieurs;
- l'élaboration d'un rapport annuel d'évaluation sur la politique et les programmes d'exportation;

¹⁷ <http://algex.dz/index.php/fr/decouvrir-algerie-export/a-propos-d-algex> .

¹⁸ www.mincommerce.gov.dz

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

La Compagnie d'Assurance et de Garantie des Exportations a été créée en 1996 afin de constituer un instrument supplémentaire d'appui aux exportations¹⁹.

Elle est chargée de la couverture des risques à l'exportation, de la garantie de paiement en cas de défaillance de l'acheteur (risques commerciaux et risques politiques : insolvabilité, guerres, etc..).

Elle offre aussi plusieurs prestations aux opérateurs économiques à travers des mesures d'accompagnement, notamment dans l'accès aux informations sur les marchés extérieurs et propose plusieurs formules de contrats d'assurances, dont celles des crédits et des expositions.

Cette compagnie a aussi passé des accords de coopération avec une dizaine d'organismes similaires de par le monde et en particulier avec la COFACE afin de faire partie du réseau mondial des assureurs et donc de mieux prêter assistance aux exportateurs.

3.1.3. Fond spécial pour la promotion des exportations (FSPE) ²⁰:

Depuis sa création en 1996, le FSPE a mis en œuvre deux rubriques de soutien aux exportations (sur les cinq rubriques initialement prévues) :

- la prise en charge d'une partie des frais de transport international des marchandises exportées.

- 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 transport, transit et manutention des marchandises destinées à l'exportation :
 - 50%, dans le cas de transport international des produits agricoles périssables à l'exception des dattes.
 - 25%, dans le cas de transport international des produits non agricoles à destination éloignée.
 - 80%, dans le cas de transport international des dattes et ce, pour toutes destinations de ce produit.
 - Participation aux manifestations économiques à l'étranger :

¹⁹ WWW.CAGEX.DZ.

²⁰ <http://algex.dz/index.php/fr/fond-special-de-la-promotion-des-exportations>.

- 50%, dans le cas de transport international des produits agricoles périssables à l'exception des dattes.
- 25%, dans le cas de transport international des produits non agricoles à destination éloignée.
- 80%, dans le cas de transport international des dattes et ce, pour toutes destinations de ce produit.

3.1.4. Le couloir vert :

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 pêche²¹.

3.2 LES ACCORDS PREFERENTIELS :

Les accords préférentiels conclus par notre pays, et qui constituent un véritable levier pour le développement des exportations hors hydrocarbures, ne sont pas encore aujourd'hui suffisamment exploités par les exportateurs.

Communication présentée par Monsieur Ati Takarli, Directeur de la Promotion des Exportations au Ministère du Commerce, à l'occasion de la tenue de la Convention France Maghreb, Paris les 5 et 6 février 2008. Il s'agit en particulier :

3.2.1 De l'accord d'Association avec l'Union Européenne, en application depuis le 1er Septembre 2005 :

L'Union Européenne reste en effet notre principal client avec 2/3 de nos exportations hors hydrocarbures.

Cependant, le niveau de nos exportations reste très faible et nous ne profitons pas du tout des opportunités offertes par l'Accord d'Association. Les contingents accordés bien que dérisoires ne sont même pas consommés à 10 %, de même que de exonérations totales de droits de douanes sans limitation de quantité ne sont pas utilisées.

²¹ Ali T, « les exportations hors hydrocarbures algériennes », 2^{ème} édition, paris, 2008, p7

Cette persistance de la faiblesse des exportations peut être expliquée, outre par le manque d'exploitation des opportunités offertes dans l'Accord d'Association, par la nature du marché européen très concurrentiel et par les conditions non tarifaires.

3.2.2 Le bénéfice du Système Généralisé de Préférence accordé par les Etats-Unis depuis l'année 2004 :

Ce système offre des opportunités aux produits algériens (3000 produits) agricoles, agroalimentaires et artisanaux ainsi qu'aux produits industriels qui ont un taux d'intégration national évident, pour pouvoir bénéficier d'avantages tarifaires préférentiels.

3.2.3 L'Accord bilatéral Algéro-jordanien :

Entré en vigueur depuis 2000 qui prévoit une exonération totale de droits de douanes à l'exportation et à l'importation sauf pour une liste négative de produits.

3.3 LES AVANTAGES ACCORDES AUX EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES

Un ensemble de mesures fiscales, douaniers et bancaires, ont été mise à la disposition des exportateurs afin de réduire leurs charges et offrir des produits à l'étranger et de diversifier leurs gammes de produits.

3.3.1 LES FACILITATIONS DOUANIERES ²²

Les principales mesures de facilitation sont :

- Dispense de caution dans le cadre de l'admission temporaire d'emballages vides destinés aux marchandises à l'exportation et de marchandises pour perfectionnement actif (transformation) destinées à l'exportation. Celle-ci s'applique aussi pour l'exportation temporaire de marchandises pour perfectionnement passif (ouvraison) destinées à l'exportation définitive.
- Visite sur site et le dédouanement à distance ;
- Délivrance d'un titre de passage en douanes (TPD) pour les exportations réalisées par route ;
- Mise en place d'un circuit vert qui permet la validation de la déclaration d'exportation sans vérification des marchandises ;

²² <http://algex.dz/index.php/fr/facilitations-douanieres>.

- Mise en œuvre du carnet ATA valable un an, une procédure simplifiée d'exportation temporaire, notamment pour les échantillons et pour la participation aux foires à l'étranger, est délivré exclusivement par la Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie (CACI);
- Déclaration anticipée et le dépôt du manifeste avant l'arrivée de la cargaison.

3.3.2 Les facilitations bancaires²³ :

Toute entreprise productrice de biens ou services installée en Algérie, œuvrant dans le domaine de l'exportation des produits d'origine algérienne, bénéficie de facilitations bancaires, soit pour une participation aux foires et expositions à l'étranger, soit pour une exportation, justifiée par des documents probants.

- Attestation de domiciliation d'exportation.
- Rapatriement et rétrocession du produit de la vente à l'exportation.
- Dispositions financières concernant le commerce extérieur.
- Dispositions financières concernant l'investissement à l'étranger par nos opérateurs.

3.3.3 Les facilitations fiscales²⁴ :

Des exonérations fiscales sont accordées aux activités d'exportation. Elles concernent la Taxe sur l'Activité Professionnelle (TAP), la Taxe sur la Valeur Ajoutée (TVA) et l'Impôt sur les Bénéfices des Sociétés (IBS).

➤ Exonération en matière d'impôts directs et taxes assimilées - TAP et IBS

- **La taxe sur l'activité professionnelle (TAP)²⁵ :**

N'est pas compris dans le chiffre d'affaires servant de base à la TAP, le montant des opérations de vente, de transport ou de courtage qui portent sur des objets ou marchandises destinés directement à l'exportation.

- **L'impôt sur les bénéfices des sociétés (IBS)²⁶ :**

Exonération permanente de l'IBS, les opérations génératrices de devises, notamment:

²³ <http://algex.dz/index.php/fr/facilitations-bancaires>.

²⁴ <http://algex.dz/index.php/fr/exonerations-fiscales>.

²⁵ Art. 220-3 du Code des Impôts Directs et Taxes Assimilées.

²⁶ Art. 10/5 de la Loi de Finances pour 2011 modifiant et complétant les dispositions de l'Art. 138 du Code des Impôts Directs et Taxes Assimilées).

- les opérations de ventes destinées à l'exportation;
- les prestations de services destinées à l'exportation.

Ces exonérations sont octroyées au prorata du chiffre d'affaires réalisé en devises. Le bénéfice de ces dispositions est subordonné à la présentation, par les entreprises, aux services fiscaux compétents, d'un document attestant du versement des recettes en devises à une banque domiciliée en Algérie.

Les opérations de transports terrestres, maritimes, aériens, les réassurances et les banques ne sont pas concernées par cette exonération de l'IBS.

➤ **Exonération en matière de taxes sur le chiffre d'affaires**

- **La taxe sur la valeur ajoutée sur les opérations de vente réalisées à l'exportation (TVA)²⁷ :**

Les taxes sur le chiffre d'affaire Sont exemptées de la TVA, les affaires de vente et de façon qui portent sur les marchandises exportées et les marchandises d'origine nationale livrées aux magasins Sous-douane légalement institués, compte non tenu de certaines exclusions.

- **L'achat en franchise de TVA²⁸ :**

Les achats ou importations de marchandises, réalisés par un exportateur, destiné soit à l'exportation ou à la réexportation en l'état, soit à être incorporées dans la fabrication, la composition, le conditionnement ou l'emballage des produits destinés à l'exportation et les services liés directement à l'opération d'exportation, peuvent bénéficier de la franchise de TVA.

- **La restitution de la TVA²⁹ :**

La restitution sur la TVA Peut s'effectuer pour l'ensemble des biens et services pour lesquels la franchise à l'achat est autorisée.

²⁷ Art. 13 du Code des Taxes sur le Chiffre d'Affaires).

²⁸ (cf. article 42-2 du Code des Taxes sur le Chiffre d'Affaires).

²⁹ (cf. article 42 et 50 du Code des Taxes sur le Chiffre d'Affaires).

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 a cela, la lenteur de mise en œuvre des différents dispositifs. Nous tenterons dans le chapitre qui suit de revoir d'une manière plus précise les problèmes et les contraintes auxquels se heurtent couramment les entreprises exportatrices.

Dans le prochain chapitre, nous allons présenter le secteur agroalimentaire et le secteur oléicole en Algérie en prenant l'exemple de l'huile d'olive.

Introduction

Une économie industrielle performante a été l'option sur laquelle ont été Fondés tous les espoirs de l'Etat algérien. D'une économie agricole héritée du colonialisme à une économie qui se veut industrielle.

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.

L'Algérie fait partie des pays du bassin méditerranéen dont le climat est le plus favorable à la culture de l'olivier. Elle se positionne après l'Espagne, l'Italie, la Grèce et la Tunisie qui sont, par ordre d'importance, les plus gros producteurs au monde d'huile d'olive.

L'Algérie détient un important potentiel de production dans le domaine des industries agro-alimentaire. Les moteurs des secteurs agricoles et agroalimentaires sont les filières céréalières et laitière, les conserveries, l'huile, les eaux minérales et le raffinage du sucre.

Ce chapitre examinera la place de la filière oléicole dans le secteur agroalimentaire en Algérie, la première section sera consacré au secteur agroalimentaire en Algérie, tandis que la deuxième sera l'apport du secteur agroalimentaire dans l'économie algérienne, enfin une troisième section sera consacrée à la structure oléicole en Algérie.

SECTION 01 : LE SECTEUR AGROALIMENTAIRE EN ALGERIE

Dans cette section nous allons traiter, le secteur agroalimentaire en Algérie ainsi que les principaux produits importés et exportés par l'Algérie et enfin les aspects réglementaire.

1.1 : PRÉSENTATION DU 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 Agro Alimentaires (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'agriculture²⁷.

Les caractéristiques d'une entreprise agroalimentaire peuvent être résumées de la manière suivante²⁸:

- Les produits des entreprises agroalimentaires sont issus de l'agriculture alimentaire.
- Les produits alimentaires sont passés par de nombreuses mains qui leurs font subir un nombre important d'opération technique et commercial avant d'arriver sur la table du consommateur.
- L'agriculture et l'élevage assurent la base nécessaire comme matières première pour la production alimentaire, le secteur agricole fourni une quantité grandissante de sa production aux industries et artisans alimentaires.
- Le découpage vertical proposé par l'économie agroalimentaire privilège l'étude des phénomènes d'interdépendance et d'intégration qui caractérisent l'appareil de production- transformation-distribution des produits agroalimentaires.

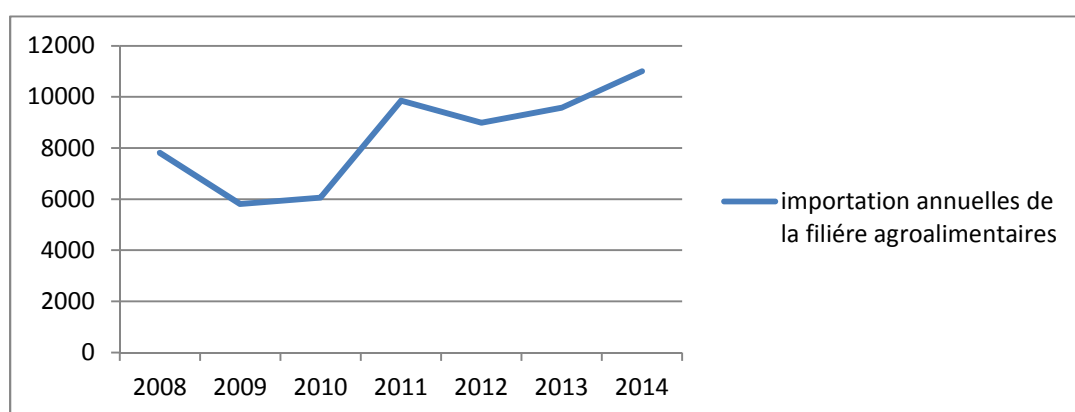
²⁷ AYADI. N, RASTOIN.J. L, ZORNALI. S : « les opérations de restructuration des firmes agroalimentaires multinationales entre 1987et 2003 », option : Marchés d'organisation, institut agronomique méditerranéen de Montpellier, France, année : 2006.

²⁸ HILEM.F, IKEN.K, KHERBOUCHE.S: « le financement des entreprises agro-alimentaire dans la wilaya de Bejaia ; enquête auprès des banques », mémoire en fin cycle en vue de l'obtention d'une licence, Université A. Mira de Bejaia, Année : 2008/2009.

1.2: LES PRINCIPAUX PRODUITS ALIMENTAIRES IMPORTES PAR L'ALGERIE

Les Produits importé, afin de mieux cerner leurs évolutions L'Algérie est aujourd'hui le premier importateur africain de denrées alimentaires, avec 75% de ses besoins assurés par les importations²⁹. L'insuffisance de la production agricole algérienne, couplée à une demande massive et croissante de produits agro-alimentaire fait de l'Algérie un pays structurellement importateur.

Figure 2-1: Évolution annuelles des importations de la filière agroalimentaire



Source : réalisée à partir des données du CNIS

L'Algérie est largement tributaire des importations afin de répondre à une grande partie de ses besoins en produits agricole, vu que les productions industrielles et agricoles n'arrivent pas à couvrir la totalité de la demande intérieure. De plus, la majorité des unités agroalimentaires fonctionnent avec des inputs importés. En conséquence, la courbe représentant l'évolution annuelle des importations agroalimentaires nationales, et de la tendance ascendante durant l'année 2008. Cette hausse de la facture d'importation ne s'est pas, ou en tout cas très peu, traduite par une augmentation significative des quantités importées, l'envolée des prix nombreux produits alimentaires (figure 2-1) ayant considérablement eu un impact négatif sur les capacités financières du pays (sur la balance commerciale).

²⁹ BELAID.DJ, « Le Marché Des Industries Alimentaire En Algérie », Étude réalisée par UBIFRANCE bureau d'Alger 2015, année : 2016

Une estimation des quantités de produits agroalimentaires importées ainsi que les principaux produits exportés.

1.2. 1. Produits céréaliers

L'Algérie est l'un des plus grands pays consommateurs de céréales au monde. On évalue la consommation moyenne à hauteur de 220 kg par an et par habitant, et celle-ci peut atteindre jusqu'à 50% consacré pour le budget total à l'alimentation. La demande nationale est estimée à 7.5 Million tonne par an, toutes céréales confondues. Elle n'est couverte en moyenne qu'à 25% par la production locale.

La facture alimentaire de l'Algérie durant les neuf premier mois 2012 par apport à la même période de 2011, et importer en 2012, 400millions de dollars de céréales, essentiellement du blé dur tendre, contre 800 millions de dollars à la même période 2011. Les importations de blés dur ont atteint 1,19 million de tonnes pour un montant de plus de 500 millions de dollars en baisse de 22,43% en terme de valeur, les principaux pays fournisseurs de blés à l'Algérie durant cette période sont : la France, le Mexique, le Brésil

En 2015, l'Algérie à connu une hausses des importations céréaliers pour un volume global de 73 millions de quintaux de blé tendre et dur, dont plus de 70% en provenance du marché français.

1.2.2 : Produits laitiers et dérivés

L'Algérie est le premier consommateur laitier du Maghreb, avec une consommation de l'ordre de 140 l/habitant/an. Sur la consommation totale, qui est d'environ 5,5 Milliard de dinars (Md) de litres équivalent lait, environ 3 Milliard de dinars de litres proviennent de l'importation. L'Algérie importe 260 à 300 000 tonne de poudre par an, pour une valeur de 800 à 900 millions euro, ce qui classe parmi les trois premiers importateurs mondiaux de poudre de lait.les importation algériennes de la poudre de lait en atteint 48.316 tonnes(T) lors des trois premiers mois de 2012 contre 90.784 lors de l'année 2011. C'est-à-dire que le lait produit en Algérie représente moins de 30% des besoins de l'industrie.

Les importations de lait en poudre et des matières grasses provenant du lait ont atteint 1,84 milliard de dollars en 2014, contre près de 1,04 milliard de dollars à la même période de 2013, enregistrant une augmentation de près de 77%. Quant aux quantités importées de lait et

dérivés, elles se sont chiffrées à 370.365 tonnes (contre 257.963 tonnes à la même période de comparaison), en hausse de plus de 43,5%³⁰.

1.2.3. Produits sucrière

La consommation moyenne de sucre en Algérie est de l'ordre de 30 kg par habitant et par an. Compte tenu de l'absence de culture de canne à sucre et de betterave sucrière. En 2012 la valeur des importations en sucre et sucreries était de 1011 millions de dollars soit de 11,25% du total des importations en produit alimentaires, facture de ce sucre à également enregistré un baisse de 13.9 % pour atteindre 1,01 milliard de dollars contre 1,16 milliard de dollars par apport a l'année 2011³¹,

Les importations des sucres, elles ont connu une tendance baissière en termes de coût mais une hausse en quantités importées en 2014.

Mais les quantités importées de cette denrée alimentaire ont totalisé 1,831 million de tonnes durant les 11 premiers mois de 2014 contre 1,702 million de tonnes sur la même période de 2013, en hausse de 7,6%³².

La part de marché des fournisseurs traditionnels de l'Algérie en sucre blanc, dont celle de la France, a fortement régressé. L'industrie sucrière est dominée par Cevital qui contrôle à lui seul près de 80% du marché du sucre devant le groupe Berrahal d'Oran et la Sorasucré d'Annaba.

1.3 :LES PRINCIPAUX PRODUITS ALIMENTAIRES EXPORTES PAR L'ALGERIE

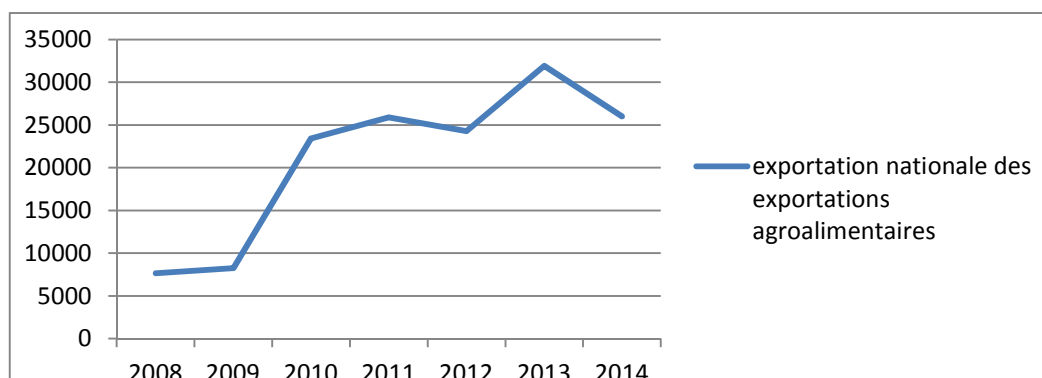
Après avoir montré l'importance du secteur agroalimentaire dans l'économie nationale, nous allons illustrer l'évolution des exportations dans la période allant de 2008-2014

Figure 2-2 : Évolution des exportations nationales des produits agroalimentaires

³⁰ Centre national de l'informatique et des statistiques des Douanes (CNIS)

³¹ Selon le directeur général de l'agence nationale de promotion de commerce extérieur, importation des produits alimentaires agricoles, 22 janvier 2012, in liberté.

³² www.ONS.dz



Source : réalisées à partir des données d'ALGEX.

Les exportations de la filière agroalimentaire ont enregistrées un accroissement rapide depuis l'année 2000, l'année 2009 a été marquée par une hausse de 20,84 % par rapport à l'année précédente, l'année 2010 est marquée par une augmentation importante estimée à 190,55% soit une valeur qui avoisine les 300 millions de dollars. Ce montant est en grande partie le résultat des efforts du groupe cevital qui, à lui seul, a exporté du sucre blanc pour une valeur dépassant les 200 millions de dollars.

Ainsi, les principaux produits alimentaires exportés par l'Algérie en 2010 se composent de sucre blanc avec des recettes de 231,35 millions de dollars, de boisseaux (eaux minérales ...etc.) qui ont généré 26,75 millions de dollars et des dattes (22,62 million) (2008-2014).

Cependant, l'agroalimentaire ne représente en moyenne que 11,86% des exportations hors hydrocarbures, elles même très marginales (moins de 3 % du total des exportations).

Les exportations en produits alimentaire a connu une nette évolution de produit exportés de 52%.

1.3.1- Le secteur des huiles et autre matières grasses

Cevital est un des principaux acteurs dans le domaine du raffinage des huiles et dans la production d'huile et de la margarine. Dans le secteur des huiles de graines, les principaux producteurs sont Cevital, Safia, Afia Algérie et La Belle. Les huiles de graines représentent une production de 700 000 tonnes contre 50 000 t pour l'huile d'olive. L'Algérie, qui essaie de développer et de valoriser sa production d'huile d'olive. Partout, des moulins se construisent pour produire aux standards européens et pouvoir éventuellement exporter.

1.3.2. Dattes

La production totale de dattes en Algérie a connu une augmentation spectaculaire depuis le début des années 2000, en passant de 4184270 quintaux en 2002 à 9343772 quintaux en 2014 avec un taux d'évolution de 55%. L'Algérie espère exporter à moyen terme près de 50 000 tonnes de dattes contre 12 000 tonnes actuellement³³.

L'Algérie exporte seulement 2% de sa production de dattes, soit 12 000 tonnes sur 600 000, et n'arrive qu'en 28e position dans le classement des pays exportateurs de dattes, pourtant, elle est le deuxième producteur mondial après l'Irak³⁴.

Les prévisions des rendements et de la production de la datte pour la campagne 2016/2017 révèlent que Biskra restera en tête avec 4 350 000 quintaux, Ouargla 1 498 898 quintaux et El-Oued avec 2624 400 quintaux les prix de vente de la Deglet Nour varie selon la qualité, du 1er choix jusqu'au 3ème choix. Actuellement et en pleine campagne de récolte, les prix sont aux alentours de 50 à 250 Da/kg aux marchés de gros et de 60 à 350 Da/kg au détail. « En règle générale, les prix de vente de la datte augmentent en début de récolte pour s'abaisser de plus en plus au cours de la période de récolte », indique la même note qui précise que les prix verront une augmentation progressive à nouveau à partir de la fin de la récolte.

La campagne 2016/2017 a connu de bonnes conditions climatiques comparativement à celles de la campagne 2015/2016. Avec un taux de réalisation de plus de 99% de palmiers traités dans les wilayas potentiellement productrices.³⁵

1.3.3. Les boissons sans alcool

Il y aurait près de 50 producteurs d'eau en Algérie (40% d'eau minérale et 60% d'eau de source), Le marché des eaux est dominé par les grandes marques comme Nestlé, Lalla

Khedidja (Cevital), Saïda (groupe Yaïci), Batna (groupe Attia), Benharoun et Mouzaïa (groupe SIM).

³³ Ministère de l'Agriculture et du Développement rural

³⁴ http://www.algeria-watch.org/fr/article/eco/production_dattes.htm

³⁵ L'observatoire national des filières agricoles et agro-alimentaires (OFNAA).

Les grands producteurs ont leur propre unité de soufflage. Les boissons gazeuses représentent 81% du marché des boissons aux fruits contre 15% pour les boissons lactées aux fruits, 4% pour les nectars et seulement 1% pour les jus pur fruit.

Malgré les potentialités prouvées par ce secteur en termes de production, l'Algérie n'arrive toujours pas à positionner son produit agroalimentaire à l'échelle internationale et ses exportations n'arrivent toujours pas à peser en valeur et en volume dans les échanges commerciaux mondiaux ; selon Ali Bay NASRI , président de l'Association nationale des exportateurs algériens (ANEXAL) , *«la situation s'explique par le fait que les entreprises algériennes se sont mises à investir d'une façon intense sur le marché national afin de le satisfaire ,ces dernières ne portaient guère intérêt aux marchés internationaux ;donc le problème est celui d'une culture d'entreprise ; C'est aussi la conjugaison d'une absence d'une priorité nationale pour promouvoir les exportations hors hydrocarbures parce que les pouvoirs publics n'affichent pas une grande volonté dans ce sens . A cela s'ajoute le manque d'expertise et l'absence d'expérience dans ce domaine. C'est-à-dire que les entreprises algériennes n'ont pas les capacités managériales nécessaires pour développer leurs activités commerciales à l'international »*

Il faut savoir qu'il existe deux sortes d'aspect réglementaire Il a y tout ce qui relève d'une réglementions pour les activités d'importation et une réglementation propre au commerce des produits agroalimentaires

1-4 : ASPECTS REGLEMENTAIRES

On trouve des réglementations propres au commerce des produits agroalimentaires.

1.4.1. Règlementation propre au commerce des produits agroalimentaires

Un certificat d'analyse est requis en cas d'exportation de produits alimentaires, et en particulier pour ce qui concerne les produits frais. Le client ou l'importateur est en effet tenu de faire accompagner son produit de ce document. L'importateur devra faire effectuer un contrôle de la qualité des marchandises importées avant toute mise à la consommation sur le territoire national. Par ailleurs, concernant l'étiquetage des produits, celui-ci doit obligatoirement être en langue arabe et doit faire corps avec l'emballage. Enfin, le tarif douanier est basé sur le système harmonisé (SH). Un démantèlement progressif des droits de douanes a débuté avec l'entrée en vigueur, le 1^{er} septembre 2005, de l'Accord d'Association

entre l'Algérie et l'Union Européenne. Celui-ci s'étalera sur douze ans, avec pour objectif final la création d'une zone de libre échange entre les deux rives³⁶.

SECTION 02 : L'APPORT DU SECTEUR AGROALIMENTAIRE DANS L'ECONOMIE ALGERIENNE

Dans ce qui suit, nous présenterons l'évolution de l'IAA en Algérie en se basant sur les IAA publiques et privés en Algérie ainsi que son évolution dans le secteur industriel.

2.1 LA PLACE DE L'IAA DANS L'ECONOMIE ALGERIENNE

L'économie agro-alimentaire met en avant deux disciplines scientifiques : les sciences économiques et les sciences agronomiques. Plusieurs définitions ont lui été attribuées, dont celle de MALASSIS pour qui l'économie agro-alimentaire est « l'analyse de l'ensemble des activités qui concourent à la fonction alimentaire dans une société donnée »³⁷.

Le développement du secteur agricole et agroalimentaire est un enjeu majeur pour l'Algérie aux niveaux économique, politique et social. Sur le plan intérieur, il emploie actuellement 1,6 million de personnes, soit 23% de la population active ; il s'agit de la deuxième industrie du pays, après celle de l'énergie. Les ménages algériens consacrent en moyenne 45% de leurs dépenses à l'alimentation. La distribution des produits s'effectue principalement à travers des supérettes ou des épiceries. En amont des industries agroalimentaires, on recense en Algérie plus d'un million d'exploitations agricoles couvrant plus de 8,5 millions d'hectares de terres arables, exploitées par l'arboriculture (41%), les cultures maraîchères (26%) et les grandes cultures (33%), principalement céréalières³⁸.

2.2. LES IAA PUBLIQUES ET PRIVES EN ALGERIE

L'ONS définit l'entreprise industrielle comme étant celle qui réalise au moins 25% de son chiffre d'affaire dans la vente de produits fabriqués par elle-même, en référence à la nomenclature des activités et des produits (NAP) en vigueur depuis 1980. Or, sur les 22754 entreprises recensées en 1991 par la nomenclature officielle, tous secteurs juridiques et toutes tailles confondus, 7 618 entreprises, soit 33% du totale, appartiennent à l'industrie agroalimentaire. Cette part est considérable, mais elle tombe à 12,7% à peine si l'on exclut les entreprises privées de moins de 20 salariés qui représentent en nombre plus de 94% des IAA,

³⁶ Idem

³⁷ MALASSIS .L GHERSIG : « initiation a l'économie agroalimentaire », édition : Hatier, 1992, p 11.

³⁸ Le forum de commerce extérieur, revue de l'agence algérienne de promotion du commerce Extérieur, 2012

celle de leur atomisation beaucoup plus accentuée que pour les autres secteurs d'activité industrielle.

Tableaux 2-1 : Répartition des entreprises par nomenclature des secteurs d'activités (NSA) et par secteur juridique

Intitulés / Agrégations	2013			2014			2015		
	Publique (%)	Privé (%)	Total (%)	Publique (%)	Privé (%)	Total (%)	Publique (%)	Privé (%)	Total (%)
Eau & Énergie	33,5	0	17,1	34,5	0	17,1	34,6	0	17,1
Mines & Carrières	5,1	0,6	2,9	5,0	0,5	2,8	5,3	0,5	2,9
ISMMEE	24,1	2,1	13,5	24,4	1,9	13,0	25,7	1,9	13,8
Mat. Construction	9,4	11,5	10,4	9,9	11,2	10,5	9,9	10,8	10,3
Chimie, Plastique	4,1	12,9	8,4	3,6	12,4	8,0	3,6	12,3	7,9
Agroalimentaire	9,2	66,1	37,0	9,9	67,6	38,7	10,3	68,1	39,3
Textiles	0,4	3,3	1,9	0,4	3,1	1,8	0,4	3,1	1,8
Cuirs et chaussures	0,1	0,6	0,3	0,1	0,6	0,3	0,1	0,6	0,3
Bois et Papiers	2,6	2,3	2,5	2,5	2,2	2,3	2,2	2,2	2,2
Industries diverses	11,2	0,6	6,0	10,0	0,5	5,3	7,9	0,5	4,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : Office Nationale des Statistiques(ONS), 2015

2.3. LA CONTRIBUTION DES IAA A LA PRODUCTION INDUSTRIELLE

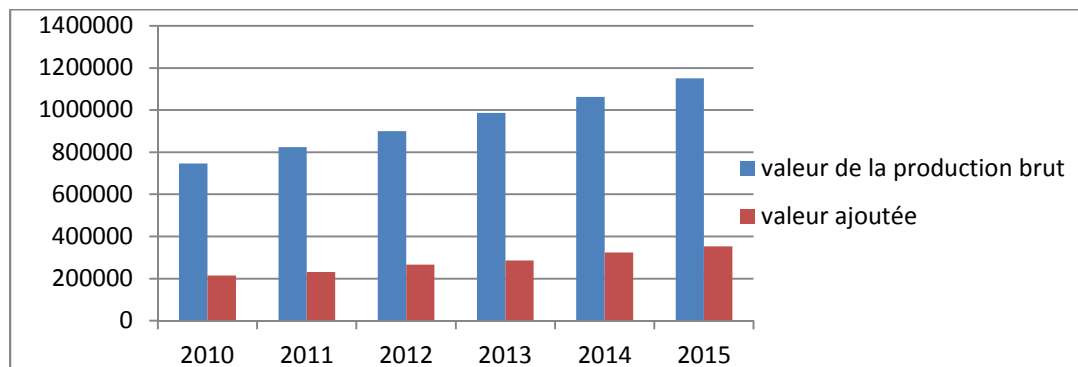
Rappelons, pour la compréhension des données chiffrées qui suivent, que le système algérien de comptabilité nationale définit le PIB comme l'ensemble des valeurs ajoutées par les différentes branches dites productives, de la taxe unique globale à la production et des droits de douane.

Avec un montant global de 900,9 milliards de Dinars, la valeur ajoutée globale industrielle (hors hydrocarbures) enregistre une hausse de 7,4% en 2015 par rapport à l'année précédente qui a connu la même tendance mais avec un taux plus élevé (+8,6%).

La structure de la valeur ajoutée dans les industries agroalimentaires entre les deux secteurs juridiques s'est plus ou moins stabilisée et ce, depuis l'année 2012. Cependant, la

prédominance du secteur privé est nettement remarquable. La part de ce dernier représente 86,9% en 2015, alors que le secteur public national avoisine les 13,0% pour la même année.

Figure 2-3: Évolutions de la production et de la valeur ajoutée du secteur IAA



Source : Office nationale des statistiques (ONS), 2015

Les résultats observés au niveau du secteur laissent apparaître une croissance globale quasi régulière sur le plan de la production que de la valeur ajoutée, et ce, en dépit des variations annuelles de certaines productions.

Tableau 2-2 : Structure de la valeur ajoutée hors hydrocarbures Par secteur d'activité et secteur juridique.

Intitulés / Agrégations	2013		2014		2015	
	Public (%)	Privé (%)	Public(%)	Privé (%)	Public (%)	Privé (%)
Eau & Énergie	100	0,0	100	0,0	100	0,0
Mines & Carrières	90,2	9,8	91,4	8,6	92,0	8,0
I.S.M.M.E.E.	92,5	7,5	92,5	7,5	93,2	6,8
Mat. Construction	46,3	53,7	47,0	53,0	48,0	52,0
Chimie & Plastiques	25,2	74,8	22,7	77,3	22,3	77,7
Agroalimentaires	12,7	87,3	12,9	87,1	13,1	86,9
Textiles	11,9	88,1	12,0	88,0	12,8	87,2
Cuirs & Chaussures	10,4	89,6	10,8	89,2	10,3	89,7
Bois & papier	53,4	46,6	53,1	46,9	50,5	49,5
Industries Diverses	95,1	4,9	94,9	5,1	93,6	6,4
TOTAL	51,2	48,8	50,1	49,9	50,0	50,0

Source : office nationale des statistiques (ONS), 2015

Il y a lieu de souligner une participation de plus en plus active du secteur privé dans la formation de la valeur ajoutée pour certains secteurs. Ce secteur est dominant dans les matériaux de construction (52,0%), chimie et plastiques (77,7%), **l'agroalimentaire (86,9%)**, textiles (87,2%), et les cuirs et chaussures (89,7%).

2.4. LA CONTRIBUTION DES IAA DANS RECETTES DES EXPORTATIONS

Après une baisse de 1,3% inscrite 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, légère, avec un taux passant respectivement de 27,2% à 26,6%.

Cette évolution positive est due aux hausses enregistrées au niveau des industries sidérurgique, métalliques, mécaniques, électriques, et électroniques (ISMME) (9,7 % avec un poids de 35% en 2015), des matériaux de construction et verre (12,7% avec un poids de 19,2%) et des industries de bois, liège et papier (0,5% avec un poids de 4,3%).

Tableau 2-3 : Évolution des recettes des exportations par secteur d'activité, secteur public national

Intitulé et agrégation	Chiffre d'affaires en 10*6 DA			Structure en %			Variation en %
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2015/2014
Mines et carrières	20364	20633	24145	5,0	5,2	5,6	17,0
I.S.M.M.E.E.	148059	138451	151893	36,4	34,6	35,0	9,7
Matériaux de construction, Verre	70316	74093	83478	17,3	18,5	19,2	12,7
Chimie et pharmacie	29550	26987	27157	7,3	6,8	6,3	0,6
Agroalimentaire et tabacs	110322	108908	115704	27,1	27,2	26,6	6,2
Textiles, bonneterie et confection	8024	9032	10480	2,0	2,3	2,4	16,0
Cuirs et chaussures	2217	2868	2508	0,6	0,7	0,6	-12,6
Bois, liège et Papiers	17611	18746	18831	4,3	4,7	4,3	0,5
TOTAL	406463	399720	434196	100,0	100,0	100,0	8,2

Source : office nationale des statistiques (ONS), 2015

2.5. LA CONTRIBUTION DES IAA DE L'EMPLOI INDUSTRIEL

Avec un total de 109 509 postes de travail en 2015, l'emploi dans les industries manufacturières et des mines et carrières du secteur public national (hors hydrocarbures et hors énergie) connaît une relative stagnation. En effet, ce dernier enregistre un déficit de 13 postes de travail par rapport à l'année 2014.

L'industrie agro-alimentaire dont la part en matière d'emploi demeure importante, soit 18,4% en 2015, affiche une baisse, quoique légère, de 0,5% par rapport à l'année précédente. Après un gain de 442 postes de travail cumulés en 2014, le secteur se voit réduire de 93 postes de travail en 2015.

Cette évolution est due aux hausses enregistrées au niveau des industries sidérurgique, métalliques, mécaniques, électriques, et électroniques (ISMME) (1,6% avec 41,1% dans la structure totale de l'emploi), des matériaux de construction et verre (2,3% avec 12,5 % dans la structure d'emploi), les mines et carrières (0,7% avec 6,4% dans la structure totale de l'emploi). Après une baisse consécutive enregistrée au niveau des autres secteurs (chimie et pharmacie avec -4,4%, les industries textiles avec -4,4%, cuirs et chaussures -4,2%, les industries bois, liège et papier avec -3,2%).

Tableau 2-4 : Évolution de l'emploi par secteur d'activité secteur public national.

Intitulé et agrégation	Emploi			Structure en %			Variation en %
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2015/2014
Mines et carrières	6745	6987	7037	6,5	6,4	6,4	0,7
I.S.M.M.E.E.	38438	44266	44963	37,0	40,4	41,1	1,6
Matériaux de construction, Verre	13453	13372	13678	13,0	12,2	12,5	2,3
Chimie et pharmacie	7157	6827	6528	6,9	6,2	6,0	-4,4
Agroalimentaire	19851	20293	20200	19,1	18,5	18,4	-0,5
Textiles, bonneteries et confection	7414	7215	6897	7,1	6,6	6,3	-4,4
Cuir et chaussures	1573	1633	1565	1,5	1,5	1,4	-4,2
Bois, liège et Papiers	9247	8929	8641	8,9	8,2	7,9	-3,2
TOTAL	103878	109522	109509	100,0	100,0	100,0	0,0

Source : office nationale des statistiques (ONS), 2015

SECTION 03 : HUILE D'OLIVE EN ALGERIE

Nous allons traiter dans cette section la filière oléicole en Algérie pour aborder les potentialités et son processus de production et les exportations et importation d'huile d'olive.

3.1. L'HUILE D'OLIVE : PROCESSUS DE PRODUCTION ET NORMES DE QUALITE

En étant une découverte des hommes primitifs, l'histoire de l'huile d'olive est ancienne. Il semblerait que des gaines d'olives tombées ont été encrassées accidentellement et que l'huile se soit isolée. Beaucoup d'hypothèses ont été développées sur l'origine de l'olivier, mais les plus retenues sont celles qui stipulent que l'olivier sauvage (oléastre) existait depuis le millénaire av JC en Asie mineure. Cependant, sa culture se serait apparue qu'après 3000 ans en Syrie, en Palestine et en Phénicie où il a connu un essor considérable. Il semble être diffusé et répandu ensuite dans d'autres territoires de la méditerranée et cela grâce aux phéniciens pour qui l'olivier constituait la seule forme de richesse : ils définissaient l'huile d'olive comme de « l'or vert »³⁹.

Produit méditerranéen par excellence, l'huile d'olive est connue pour ses effets bénéfiques sur la santé humaine. Si elle est un produit intéressant d'un point de vue nutritionnel, c'est tout d'abord pour sa composition en acides gras⁴⁰. De nos jours, elle a conquis tous les continents ; il est à la fois un médicament, un cosmétique et un élément.⁴¹

3.1.1- le processus de production de l'huile d'olive

Le processus de production de l'huile d'olive passe par plusieurs étapes, allant de la récolte, trituration des olives, Broyage jusqu'au conditionnement :

➤ La récolte des olives :

La cueillette peut s'effectuer à la main. C'est l'opération qui convient le mieux pour obtenir la meilleure qualité de l'huile vierge car les olives sont cueillies sélectivement Selon

³⁹ SEBASTIEN. V : « Enrichissement nutritionnel de l'huile d'olive : Entre Tradition et Innovation », thèse présentée pour obtenir le grade de Docteur en Sciences de l'Université, d'Avignon et des Pays de Vaucluse spécialité : chimie, 2010.

⁴⁰ Idem

⁴¹ AMRANI.F : « Étude de l'effet des radiations micro-ondes sur l'extraction par solvant de l'huile à partir du grignon d'olive », mémoire de magister, options : chimie de l'environnement, université de Mouloud Mammeri, Tizi-Ouzou, p.01.

leur degré de maturité. C'est une méthode coûteuse en main d'œuvre. Elle peut faire appel à l'usage des gaules pour faire tomber les fruits. Le fait de frapper les branches fructifères provoque la chute des brindilles qui doivent porter la fructification de l'année suivante. Par ailleurs, les olives qui tombent par terre, subissent des lésions à travers lesquelles pénètrent les parasites du sol.

La Productivité de l'olivier s'en trouve compromise et la qualité de l'huile altérée. L'acidité Augmente et le profil du goût et de l'arôme change. Une fois la maturité atteinte, les fruits peuvent tomber par terre et l'oléiculteur se contente de les ramasser.

➤ **Transport, réception et stockage des olives :**

Afin de conserver la qualité des olives récoltés, il est conseillé de les acheminer directement vers les moulins.

Le moyen le plus adéquat pour le transport des olives est représenté par les caisses à claire voie en matière plastique permettant la circulation de l'air et évitant des réchauffements préjudiciables causés par l'activité catabolique des fruits. Ces caisses limitent la couche d'olives et réduisent donc le danger d'écrasement, tout en représentant un moyen idéal pour le stockage en attendant la mouture.

➤ **Trituration des olives**

-Effeillage : Nécessaire pour éviter une coloration trop verdâtre de l'huile, se traduisant par un excès d'amertume et par une moindre aptitude à la conservation de l'huile. Cette opération peut être effectuée manuellement ou à l'aide d'un système mécanique.

-Lavage : Les olives sont lavées à l'eau froide. Le lavage permet d'éviter l'interférence des terres avec la couleur, l'odeur et le goût de l'huile.

➤ **Broyage :**

Il est réalisé à l'aide d'un broyeur à marteau. Le broyage des olives ne doit être trop grossier, ni trop fin. Il doit être adapté à la condition physique des olives et à leur degré de maturité.

Selon la norme du Conseil Oléicole International (COI), la durée de broyage ne doit pas dépasser 20 à 30 minutes. Si le broyage est plus prolongé, les poly phénols inhibiteurs

naturels de l'oxydation ainsi que l'huile produite s'oxydent en présence de l'air et cette dernière perd de sa qualité.

➤ **Malaxage :**

Dans le cas des huileries disposant d'équipements de centrifugation, c'est le cas de l'unité de chaîne continue à deux phases (système écologique), l'opération de malaxage s'avère nécessaire et doit être réalisée pendant 60 minutes au minimum et à des températures supérieures à la température ambiante mais ne dépassant pas 25°C.

➤ **Séparation de l'huile et du grignon :**

Pour l'unité équipée de chaîne continue avec centrifugation (système à deux Phases), le rendement est meilleur et le temps de séparation est réduit à moins d'une heure. L'huile élaborée est de meilleure qualité et riche en poly phénols naturels, Particulièrement les diphénols, qui sont de bons inhibiteurs contre l'oxydation de Cette huile produite. La centrifugeuse, tournant à une vitesse de 3.000 à 4.000 tours par minute permet De séparer l'huile et le grignon riche en eau de végétation des olives. Cette unité disposant de centrifugeuse horizontale, n'est pas polluante car l'effluent ou l'eau de végétation n'est pas produit, par contre le grignon se trouve humidifié. Pour le valoriser, il faut abaisser son humidité jusqu'à 50% d'eau. Ce sous-produit doit être éloigné de l'unité pour ne pas contaminer l'huile produite qui risque d'absorber les mauvaises odeurs par la fermentation du grignon.

➤ **Stockage et conditionnement :**

- Stockage huile d'olive ce fait dans :

-des citernes, containers, cuves, permettant la distribution en vrac,

-des fûts métalliques, dont les parois intérieures devraient être recouvertes d'un vernis adéquat.

- Conditionnement doit être réalisé dans des bombonnes et bouteilles de verre ou de matériau macromoléculaire approprié.

3.1.2- les normes internationales de la qualité ⁴²

La qualité de l'huile d'olive dépend des différentes catégories de ce produit qui est commercialisé selon les dénominations et définitions ci-après :

➤ **L'huile d'Olive Vierge :**

Sont les huiles obtenues du fruit de l'olivier uniquement par des procédés mécaniques ou d'autres procédés physiques dans des conditions, thermiques notamment, qui n'entraînent pas d'altération de l'huile, et n'ayant subi aucun traitement autre que le lavage, la décantation, la centrifugation et la filtration. Les huiles d'olive vierges propres à la consommation contiennent :

- **L'huile d'Olive Vierge Extra:**

Huile d'olive vierge dont l'acidité libre exprimée en acide oléique est au maximum de 8%, et dont les autres caractéristiques correspondent à celles fixées pour cette catégorie.

- **L'huile d'Olive Vierge Fine:**

Huile d'olive vierge dont l'acidité libre exprimée en acide oléique est au maximum de 2%, et dont les autres caractéristiques correspondent à celles fixées pour cette catégorie.

- **L'huile d'Olive Vierge Courante:**

Huile d'olive vierge dont l'acidité libre exprimée en acide oléique est au maximum de 3,3%, et dont les autres caractéristiques correspondent à celles fixées pour cette catégorie.

- **L'huile d'Olive Vierge Lampante :**

C'est l'huile d'olive vierge dont l'acidité libre exprimée en acide oléique est supérieure à 3,3%, et/ou dont les caractéristiques organoleptiques et les autres caractéristiques correspondent à celles fixées pour cette catégorie.

Elle est destinée aux industries du raffinage ou à des usages techniques.

➤ **L'huile d'Olive Raffinée :**

⁴² <http://www.internationaloliveoil.org/estaticos/view/83-designations-and-definitions-of-olive-oils>

C'est l'huile d'olive obtenue des huiles d'olive vierges par des techniques de raffinage. Son acidité libre exprimée en acide oléique est au maximum de 0,3%, et ses autres caractéristiques correspondent à celles fixées pour cette catégorie.

➤ **L'huile d'Olive**⁴³ :

C'est l'huile constituée par le coupage d'huile d'olive raffinée et d'huiles d'olive vierges propres à la consommation en l'état. Son acidité libre exprimée en acide oléique est au maximum de 1%, et ses autres caractéristiques correspondent à celles fixées pour cette catégorie.

➤ **L'huile de Grignons d'Olive** :

C'est l'huile obtenue par traitement aux solvants ou d'autres procédés physiques, des grignons d'olive, à l'exclusion des huiles obtenues par des procédés de ré estérification et de tout mélange avec des huiles d'autre nature. Elle est commercialisée selon les dénominations et définitions ci-après:

• **L'huile de grignons d'olive brute** :

C'est l'huile de grignons d'olive dont les caractéristiques correspondent à celles fixées pour cette catégorie. Elle est destinée au raffinage en vue de son utilisation pour la consommation humaine ou destinée à des usages techniques.

• **L'huile de grignons d'olive raffinée** :

C'est l'huile obtenue à partir de l'huile de grignons d'olive brute par des techniques de raffinage. Son acidité libre exprimée en acide oléique est au maximum de 0,3 gramme pour 100 grammes et ses autres caractéristiques correspondent à celles fixées pour cette catégorie.

• **L'huile de grignons d'olive** :

C'est l'huile constituée par le coupage d'huile de grignons d'olive raffinée et d'huiles d'olive vierges propres à la consommation en l'état. Son acidité libre exprimée en acide oléique est au maximum de 1 gramme pour 100 grammes et ses autres caractéristiques correspondent à celles fixées pour cette catégorie. Ce coupage ne peut, en aucun cas, être dénommé « huile d'olive ».

⁴³ <http://www.internationaloliveoil.org/estaticos/view/83-designations-and-definitions-of-olive-oils>

3.2. HUILE D'OLIVE EN ALGERIE : POTENTIALITES ET FAIBLESSES

En Algérie, l'olivier constitue la principale espèce fruitière plantée et plus particulièrement en Kabylie, avec environ 50% des oliviers existants. Cette espèce assure des fonctions multiples contre l'érosion, de valorisation des terres agricoles et de fixation des populations dans des zones marginales. L'olivier assure ainsi une activité agricole intense permettant de générer 2.5 millions de journées de travail par an, soit l'équivalent d'une dizaine de milliers d'emplois permanents, et de garantir l'approvisionnement des unités industrielles et traditionnelles de trituration d'olives ; d'une part, et de conserver l'olive, d'autre part⁴⁴.

Cependant, l'olivier est irremplaçable aussi longtemps que les nécessités économiques et sociales requièrent la présence d'hommes dans des régions agricoles défavorisées.

La revalorisation de cette activité ancestrale est dictée d'abord de l'option prise par l'État lors de l'élaboration du plan national de développement agricole. A ce titre, ce plan est pour la région un « plan d'espoir » et traduit une véritable ambition, dans la mesure où il implique une mobilisation des ressources humaines et financières jamais réalisées à ce jour.

La récolte en Kabylie est destinée à 90% à l'huilerie, à 10% à la conserverie, sachant que demeure une autoconsommation importante des olives. En raison de l'alternance de l'olivier (irrégularité interannuelle des récoltes due au développement alterné des rameaux fructifères et de la fructification) et des sécheresses, la production d'olives est très fluctuante.

L'intérêt de cette culture est d'autant plus important que l'Algérie recèle un potentiel Génétique important dans ce domaine. Il existe, en Algérie, plusieurs variétés d'oliviers, qui sont à la base de la subsistance des communautés rurales⁴⁵:

- **Variété « Siguoise »** ou olive de Tlemcen appelée aussi olive du Tell ou Picholine marocaine. On la rencontre de Oued Rhiou jusqu'à Tlemcen. Sa zone d'extension déclinante arrive à la Mitidja. Cette variété est utilisée principalement pour la production d'olives de table en vert ou en noir est également appréciée pour la production d'huile.

⁴⁴ ROUX.B : « Libre-échange et environnement dans le contexte euro-méditerranéen », Paris, 2000.

⁴⁵ SIDHOUM, M : Contribution à l'étude pédologique et génétique de quelques variétés de l'olivier Dans la wilaya de Tlemcen, mémoire de magistère en Agronomie (option ; amélioration de la production Végétale et biodiversité), Université ABOU BEKR BELKAID-TLEMEN, 2011, P. 05..

- **Variété « Sévillane » ou Gordal.** D'origine Hispanique, cette variété présente de très gros fruits et se localise dans les plaines sub-littorales oranaises. Cette variété est utilisée uniquement pour la production d'olives de table en vert.
- **Variété « Rougette » de la Mitidja :** Fréquente dans la plaine de la Mitidja et sur le piémont de l'Atlas, à faible altitude, c'est une variété à huile.
- **Variété « Chemlal» :** Sans doute la plus réputée en Algérie, la variété « Chemlal» est une olive à huile. Son aire de distribution va de l'Atlas Blidéen jusqu'aux Bibans et le Guergour. Sa grande vigueur lui permet de rentabiliser des sols maigres pour donner Des huiles de qualité. Accompagné des « Azeradj» et « Bouchouk», dont le fruit est Parfois conservé, le vaste peuplement de « Chemlal» est bordé par des variétés locales De très faibles extensions à l'instar de l' « Aguenau», des variétés du « Guergour » et Celles de la Soummam. Ces variétés sont à double fin.
- **Variété Limli :** C'est la variété des versants montagneux de la basse vallée de la Soummam jusqu'à la mer. C'est une bonne variété à huile.
- **Variété Rougette et Blanquette de Guelma:**
Deux variétés à huile qui coexistent en mélange dans les régions de l'Est du pays.

Selon les données de l'ONFAA, Les données provisoires de la campagne oléicole indiquent une amélioration de la production. En effet, au mois de janvier 2016, alors que la campagne est toujours en cours, la production des olives à huile a atteint 3 817 095 quintos soit une croissance de 36% comparativement à la même période de la campagne écoulée. Quant à la production d'huile, cette dernière est estimée à 502 132 hectolitres ce qui correspond à une augmentation de 35% par rapport à la même période de la campagne précédente.

Les chiffres relatifs à la campagne 2015/2016 ont été par la suite transmis au conseil oléicole interprofessionnel pour discussion et validation, Il a considéré que les chiffres transmis concordaient avec ceux à la disposition de l'interprofession.

L'analyse des données par wilayas potentielles fait ressortir les points suivants :

- Un accroissement des superficies oléicoles a été constaté dans l'ensemble des wilayas potentielles ;

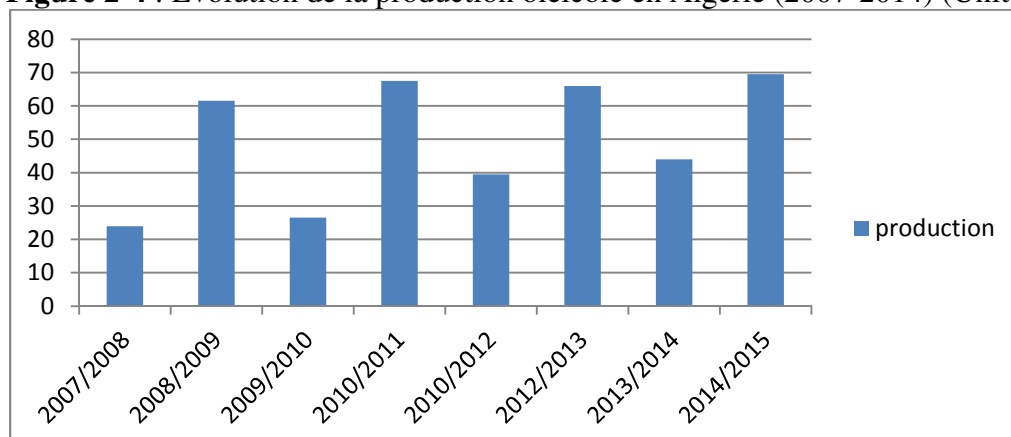
- Une augmentation de la production en olives a également été observée dans l'ensemble des wilayas potentielles à l'exception de la wilaya de Bouira où la production a baissé de près de 55%.
- Une augmentation de la production en huile d'olive a été enregistrée dans l'ensemble des wilayas potentielles à l'exception, aussi, de la wilaya de Bouira où la production de l'huile d'olive a baissé de 52%.
- Une baisse du rendement des oliveraies a été constatée à travers les wilayas potentielles à l'exception de la wilaya de Jijel où le rendement a augmenté de 75%.
- Une amélioration ou une stabilité des rendements en huile a été observée à travers les wilayas potentielles à l'exception de Jijel et Sétif où les rendements en huile ont légèrement baissé. Cependant, les professionnels ont signalé que la baisse de la production en olives a été masquée par l'amélioration du rendement en huile.⁴⁶

Bachir Khodja, porte-parole de la fédération algérienne de l'olive résume les défis, mais aussi les contradictions qui caractérisent la filière en Algérie :

« Sous ces réserves, on compte, pour l'ensemble de l'Algérie, une superficie comprise entre 300 et 350 000 hectares. La production moyenne est estimée à 15 millions de litres. Le chiffre d'affaires est d'environ 60 millions de dollars. Par rapport aux autres cultures fruitières algériennes, c'est beaucoup. L'olivier occupe, en effet, la première place avant le figuier, le dattier et les agrumes. En superficie, il s'étend sur le 1/3 de l'espace dévolu aux cultures fruitières arborescentes. En nombre, il compte pour 28 %, mais le tonnage des olives récoltées ne dépasse guère le quart de notre production fruitière. Si nos oliviers détiennent une large part dans notre activité arboricole, ils pèsent bien peu dans l'oléiculture mondiale. Par rapport à nos voisins immédiats, nous nous trouvons sensiblement à égalité avec le Maroc, mais nous possédons à peine la moitié des arbres qui font la richesse de la Tunisie, pays qui est sans doute, de toute l'Afrique du Nord, le plus petit, le plus déshérité, mais n'est pas le moins dynamique et devant lequel les oléiculteurs du monde entier doivent s'incliner, car il a su tirer un parti inespéré de conditions climatiques particulièrement rudes » .

⁴⁶ Observatoire National des Filières Agricoles et Agroalimentaires (onfaa) selon les données de République Algérienne Démocratique et Populaire Ministère de l'Agriculture, du Développement Rural et de la Pêche

Figure 2-4 : Évolution de la production oléicole en Algérie (2007-2014) (Unité : 1000 tonnes)



Source : centre oléicole international (COI)

L'alternance d'une année sur une autre est très forte, signe de manque des soins et entretiens des oliviers et c'est prouvé sur les terrains que moins l'olivier est soigné, plus il alterne, aussi il faut prendre en considération les facteurs climatologiques qui influent le rendement des oliviers ainsi les parasites qui attaquent l'arbre en lui-même.

La faiblesse de la production n'est pas sans conséquences sur le niveau de la consommation nationale. Les Algériens aiment l'huile d'olive, c'est certain. Mais la consommation de l'huile d'olives qui était importante dans le passé a eu tendance à se fléchir ces dernières décennies. Un problème d'offre plus qu'un problème de goût, explique cette régression. Sur les 11 litres/an consommées par chaque algérien, la part d'huiles d'olive ne représente que 4 grammes par personne. Soit juste un peu plus de 10%. Très peu quand on compare les chiffres avec les pays méditerranéens où la tradition de l'huile d'olives est ancrée. Les espagnols consomment près de 50% d'huile d'olive sur les 45 litres d'huiles végétales entrant dans leur alimentation annuelle. La faiblesse de l'offre nationale se reflète davantage dans l'analyse des importations et des exportations que nous allons avancer.

Néanmoins, cette filière est loin d'occuper la place qui est la sienne dans un pays naturellement doté, en dépit des efforts consentis. L'Algérie reste loin derrière la Grèce, l'Espagne, l'Italie, la Syrie, le Portugal, la Tunisie et le Maroc, qui sont les plus grands producteurs et consommateurs dans le monde. L'huile d'olive en Algérie reste chère et de qualité inégale en comparaison au marché mondial. Le coût important de la main d'œuvre au moment des récoltes explique en partie le phénomène. A cela il faut associer la faiblesse de la production locale qui reste très archaïque du fait du vieillissement important du verger

national (43% des oliviers, ont plus de 50 ans et 39% ont entre 16 et 50 ans) et des pratiques culturelles enracinées dans des habitudes sociales ancestrales peu ouvertes à l'innovation.

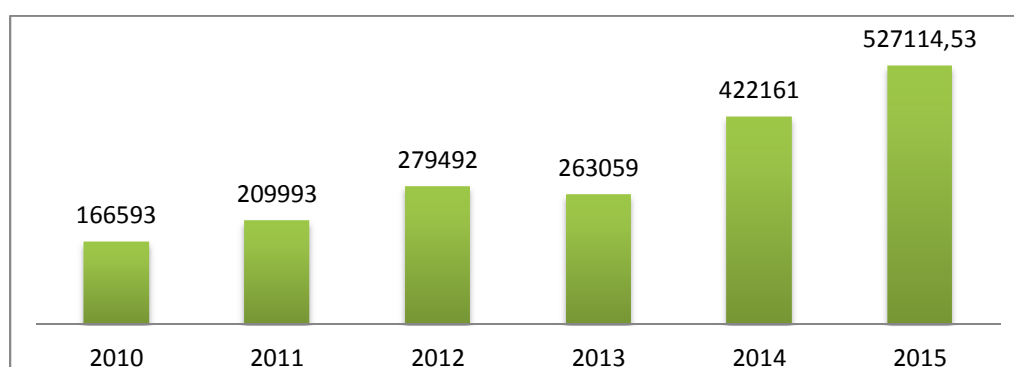
3.3. LES IMPORTATIONS ET LES EXPORTATIONS D'HUILE D'OLIVE⁴⁷

L'Algérie produit, actuellement, près de 500 000 HI par an d'huile d'olive (données DSASI 2014), ce qui la place au 9ème rang mondial. Cependant, les exportations algériennes sont insignifiantes par rapport aux potentialités existantes. La filière oléicole n'arrive toujours pas à prendre son envol et à jouer son rôle dans la création des richesses hors hydrocarbures.

3.3.1. Les importations

Les importations Algériennes de l'huile d'olive en 2015 ont augmenté de 12% en quantité et de 6% en valeur comparativement à l'année précédente. Cette augmentation relève en fait d'une tendance haussière des importations durant les dernières années. En effet, comme le montre la figure 2-5, alors que les importations de l'huile d'olive étaient d'environ 170 tonnes en 2010, elles atteignent les 520 tonnes en 2015. Une quantité triplée en l'espace de cinq ans.

Figure 2-5: L'Évolution des importations d'huile d'olive en quantité (kg)



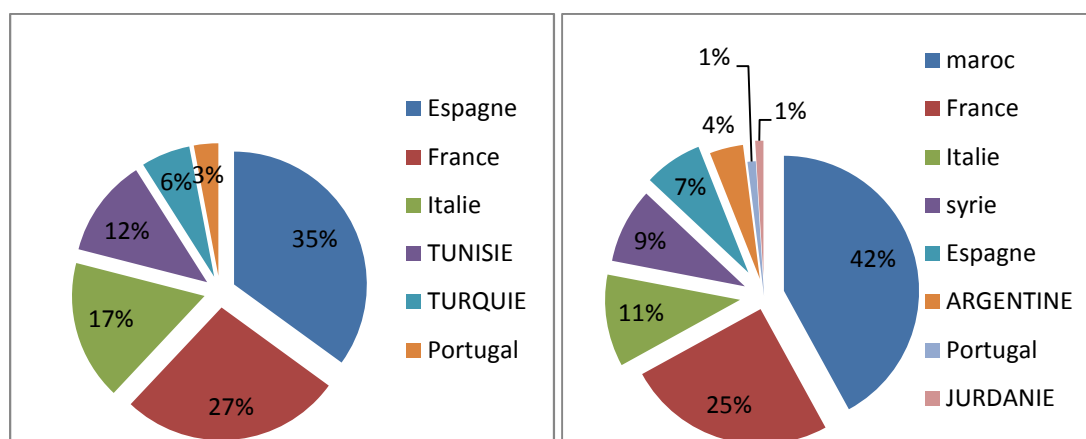
Source : Observatoire National des Filières Agricoles et Agroalimentaires (ONFFA) à partir des données Conseil national de l'information statistique (CNIS)

Pour les pays fournisseurs, tandis que l'huile d'olive importée en 2014 provenait à hauteur de **62%** de l'Espagne et de la France, la tendance s'est renversée en 2015 avec **42%** des

⁴⁷ Observatoire National des Filières Agricoles et Agroalimentaires (ONFFA) à partir des données Conseil national de l'information statistique (CNIS)

importations qui proviennent du Maroc. La France maintient sa 2^{ème} place avec pratiquement la même part évaluée à **27%** et **25%** successivement en 2014 et en 2015.

Figure 2-6 : les pays fournisseurs de l'Algérie en huile d'olive en 2014 et en 2015.



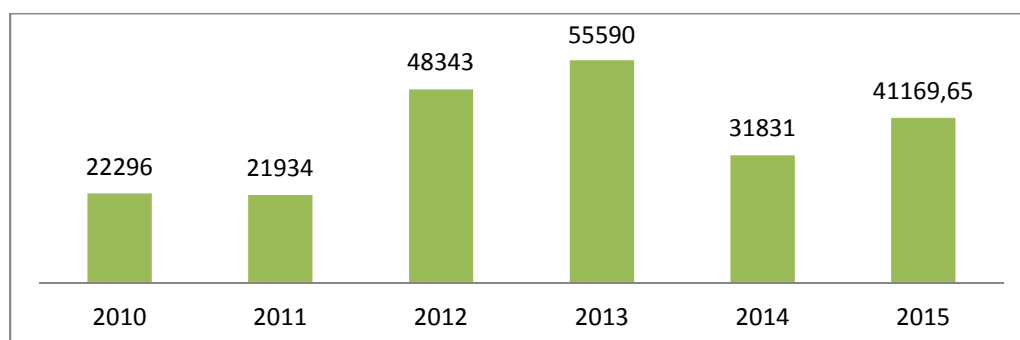
Source : Observatoire National des Filières Agricoles et Agroalimentaires (ONFFA) à partir des données Conseil national de l'information statistique (CNIS)

3.3.2. Les Exportations :

Les exportations algériennes de l'huile d'olive ont augmenté en quantité et en valeur en 2015 comparativement à l'année antérieure. En effet la quantité exportée a progressé de 12% et la valeur des exportations a augmenté de 44%.

Les exportations restent variables d'une année à une autre. La plus importante quantité a été enregistrée en 2013 avec près de 56 Tonnes, une quantité qui reste insignifiante comparativement aux quantités exportés par les pays voisins de l'Algérie.

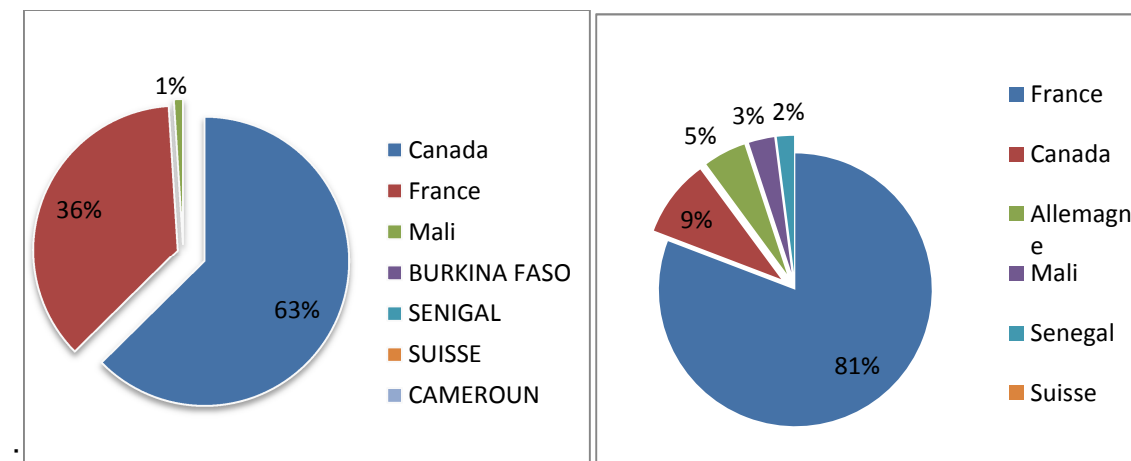
Figure 2-7 : l'Évolution des exportations d'huile d'olive en quantité (kg)



Source : Observatoire National des Filières Agricoles et Agroalimentaires (ONFFA) à partir des données Conseil national de l'information statistique (CNIS)

La première destination de l'huile d'olive algérienne reste la France et le Canada avec 98% de la quantité totale exportée en 2014 et 89% en 2015. Plusieurs pays ont été destinataires de l'huile Algérienne notamment en 2015 mais la quantité reste très faible.

Figure 2-8 : les pays destinataires d'huile d'olive (2014-2015)



Source : Observatoire National des Filières Agricoles et Agroalimentaires (ONFFA) à partir des données Conseil national de l'information statistique (CNIS).

La présence mitigée de l'huile d'olive algérienne sur les marchés internationaux trouve en partie son explication dans la faiblesse du tissu d'entreprises activant dans le secteur. Selon les données de l'ALGEX, les entreprises algériennes exportatrices de l'huile d'olive qui sont inscrites officiellement au près de l'organisation sont peu nombreuses, on peut même les compter sur les bout des doigts : YOUCEF RAFIK INDUSTRIE ; AGRO

ALIMENTAIRE « AMRIDJ » ; BIONOOR et IFRI OLIVE qui trône ces dernières avec une capacité d'exportation importante et l'envie de la conquête des marché internationaux de tous le globe allant du continent Américain jusqu'au continent Asiatique.

Conclusion

Le présent chapitre nous a donné une idée générale sur la place de la filière oléicole dans le secteur agroalimentaire en Algérie et son apport sur l'économie algérien avec la précision des potentialités de l'huile d'olive ainsi que ces exportations et les importations.

La situation de dépendance des Industrie Agroalimentaire vis-à-vis de l'extérieur est le résultat de l'incapacité de la production nationale à satisfaire la demande locale en produits alimentaires (notamment avec l'explosion démographique), et la stagnation des rendements. Le volume des importations dépend à la fois, de la production nationale agricole réalisée et de la rente pétrolière, ce qui accentue davantage la vulnérabilité de la sécurité alimentaire du pays.

En effet, L'huile d'olive est représentative de ces produits agroalimentaires, car c'est un produit qui bénéficie d'une image positive de par ses bienfaits sur le plan de la nutrition et de la santé. Enracinée dans la culture alimentaire méditerranéenne depuis plusieurs siècles, elle possède une dimension patrimoniale, une valeur marchande et une valeur d'usage étroitement liée aux foyers de domestication et aux modèles de développement économique.

Dans le prochain chapitre, nous allons présenter notre cas pratique qui se déroule sur la SARL huilerie Ouzellaguen et le processus d'exportation.

Introduction

Les exportations de l'huile d'olive Algérienne accusent un retard significatif à l'échelle internationale, en dépit du fait que le pays se place dans le neuvième rang des pays producteurs de ce liquide d'or.

Dans le souci de réaliser une étude pratique sur l'expérience de la SARL Huileries Ouzellaguen dans l'exportation, on a effectué un stage pratique au sein du département commercial et marketing plus exactement dans le service d'exportation.

Le choix de cette entreprise est effectué par rapport au champ limité de notre étude théorique, dont on a traité les procédures d'exportation.

Ce chapitre est consacré principalement pour l'étude d'un cas d'une exportation réalisée par la SARL Huilerie Ouzellaguen expliqué les procédures d'exportation ainsi que les évolutions de ces dernières.

La première section va traiter la présentation de l'organisme d'accueil de l'entreprise, La deuxième section va traiter la filière oléicole produit « numedia », et La troisième section va traiter l'étude d'un cas d'une exportation réalisé par la SARL Huilerie Ouzellaguen procédures d'exportations depuis la signature du contrat Jusqu'à l'embarquement de la marchandise.

SECTION 01 : PRESENTATION DE L'ORGANISME D'ACCUEIL

La SARL IFRI est l'une des premières entreprises qui ont su promouvoir l'image de ce produit soit en le valorisant autant que produit de terroir ou bien en menant des démarches d'exportation et de prospection de nouveaux marchés sur la scène internationale .

1.1 HISTORIQUE ET DEVELOPPEMENT⁵⁴

L'historique de l'entreprise familiale IFRI, remonte à la première société de fabrication de sodas en 1986, créée par Hadj IBRAHIM laid et ses fils. Une famille issue de la commune d'IFRI OUZLLAGUN, haut lieu de la révolution Algérienne. IFRI est une société industrielle qui a évolué dans l'agro-alimentaire, située à Ighzar Amokrane, DAÏRA IFRI Ouzellaguen au pied de la montagne d'IFRI.

⁵⁴ www.IFRI.dz

En 1996, soit dix ans après sa création, la société hérite d'un statut de Société à Nom Collectif (SNC) puis celui d'une Société à Responsabilité Limitée (SARL) composée de plusieurs associés.

La création de la SARL IBRAHIM et fils-IFRI, dont la dénomination portera le patronyme familial appuyé par IFRI consacra en 1995, le point de départ de la première unité de fabrication d'eau minérale naturelle en Algérie, sous un emballage plastique (PET). La région riche par sa biodiversité et son massif montagneux de Djurdjura, qui surplombe la vallée de la Soummam, servira de point d'encrage à la création et le développement des activités de ce groupe.

Un encrage qui se trouve, selon le témoignage du personnel qui a vécu le développement de cette entreprise, conforté davantage par un milieu de travail caractérisé par le professionnalisme, le sérieux et l'esprit d'équipe.

Ainsi, la société s'est spécialisée dans la production des eaux minérales mais aussi de boissons diverses et la famille a réussi à obtenir une source d'eau minérale naturelle de bonne qualité. Pour assurer l'embouteillage, le premier atelier de fabrication de bouteilles en polyéthylène téréphtalate (PET) a ouvert ses portes dès le 20 juillet 1996. Dans la même année l'entreprise a eu la faveur d'investissements successifs. Elle fût la première entreprise privée dans le secteur des eaux minérales.

A cette date, plus de 7.5 millions de litres d'eau minérale sont commercialisés à l'échelle nationale. La production a franchi le cap des 504 millions de L (litres) dans toute la gamme des produits ifri en 2013. Avec plus de 40% de parts de marché national des eaux embouteillées, cette marque est leader dans les eaux minérales.

L'apparition de la marque IFRI dans le monde industriel connue et exploitée depuis 1996, génère un tournant important, dans le sens où elle n'a seulement pas introduit une culture industrielle, mais elle a dégagé un potentiel important en termes de capacités d'autofinancement. Cet acquis servira aussi à développer la filière oléicole, tradition ancestrale de cette région.

L'évolution rapide du chiffre d'affaires de l'entreprise est due à l'expansion de cette dernière et à l'acquisition de nouveaux marchés. Ayant couvert une partie de la demande du marché national, l'entreprise ne cesse d'influencer ses investissements afin d'étendre son réseau vers d'autres pays.

Aujourd'hui « IFRI » est réputée pour ses produits, en particulier, les eaux minérales boissons gazeuses avec arômes différents (fraise, pommes verte, orange, citron), les jus (orange, cocktail de fruits ...) et aussi une nouvelle gamme de boissons énergisantes sortie récemment, et la filière oléicole pour la production d'huile d'olive

1.1.1. Présentation des activités de l'entreprise :

Adresse du siège : Ighzer Amokrane- IFRI OUZELLAGUEN 06010, Willaya de Bejaïa Algérie

- Date de création de l'entreprise: 1996.
- Actionnaires : la totalité des actions de la société IFRI et de ses filiales est détenue par la famille Hadj Ibrahim Laid et Fils.
- Sarl Ibrahim et fils IFRI (société mère): production d'eau minérale naturelle et boissons diverses non alcoolisées (eaux minérales plates et gazéifiées, eaux minérales gazéifiées aux extraits naturels de fruits et de plantes, sodas, boissons à base de jus de fruits, boissons à base de jus de fruits et de lait ...) A noter que depuis 1996, la famille Hadj Ibrahim Laid et fils a capitalisé une riche expérience dans le domaine des boissons.

1.1.2. Les filiales de l'entreprise IFRI

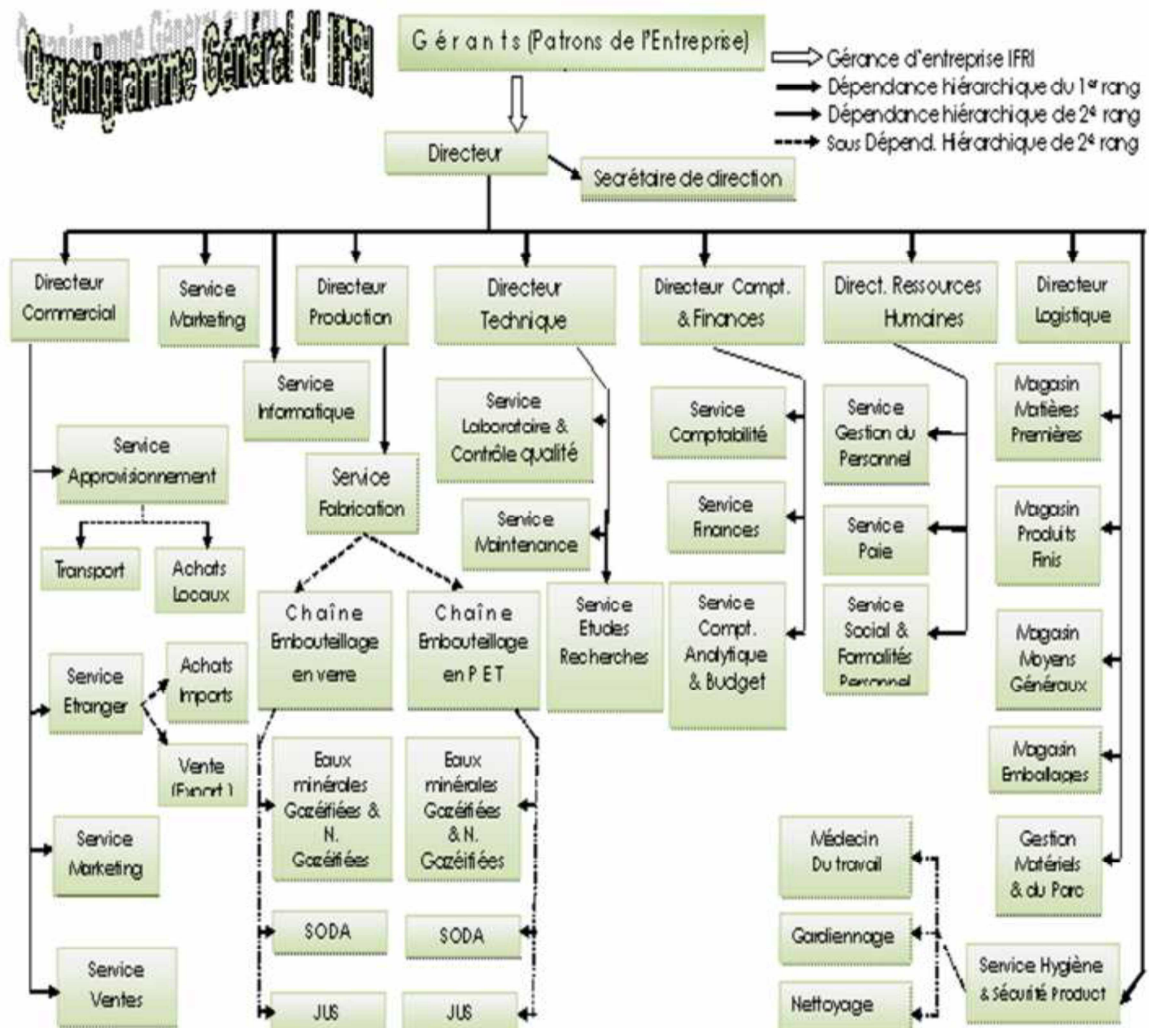
- **Général Plast** : production de préformes en PET et bouchons en PEHD.
- **Sarl Huileries Ouzellaguen** : activité agricole, transformation (trituration) d'olives et mise en bouteille d'huile d'olive extra vierge.
- **Sarl Bejaïa Logistique** : transport sur toutes distances et manutention.
- **Marque (s) commercialisée (s)** : IFRI (pour les eaux minérales naturelles et boissons diverses, et huile d'olive).

• 1.2. ORGANIGRAMME DE L'ENTREPRISE⁵⁵ :

« IFRI » adopte une organisation par « Directions » de manière à ce que chaque directeur soit rattaché directement au directeur général (DG). Chaque direction est à son tour constituée de « services » selon le schéma suivant :

⁵⁵ Source : la direction export, entreprise IFRI.

SCHEMA 3.1 : l'organigramme de l'entreprise IFRI



Source : Sarl ifri

SECTION 02 : FILIÈRE OLÉICOLE AU SEIN DE LA SARL HUILERIE OUZELLAGUEN

Pour cette entreprise, le but est de promouvoir l'huile d'olive de la région, et que ce dernier se fraye des places parmi les prestigieux produits du territoire des différents coins du monde.

Dans cette section, nous présenterons la SARL Huilerie Ouzellaguen et leur processus de production de « Numédia » et les classifications d'huile d'olive « Numédia », ainsi son évolution d'exportation.

2.1. PRÉSENTATION de la SARL « Huileries Ouzellaguen »

Après l'acquisition de quelques 400 hectare de terres plantées en partie en oliviers, la famille IBRAHIM et fils a entamé la mise en valeur des terres agricoles acquises (nivellement, épierrages et routages) et la plantation des parcelles nues en oliviers. C'est ainsi que Monsieur hadj IBRAHIM Laid a lancé en 2008 la création de la filiale oléicole dénommée SARL Huileries Ouzellaguen en réalisant un complexe doté d'une exploitation oléicole de 400 ha soit **50 000 oliviers** dont **24 848** arbres plantés en 2011 et 2012. Ce complexe est situé dans la vallée de la Soummam en Kabylie (Nord de l'Algérie dans le bassin méditerranéen), l'une des régions les mieux indiquées à la culture de l'olivier et la production d'une huile de haute qualité.

2.1.1. L'analyse de l'environnement externe et interne de l'entreprise Huileries Ouzellaguen

L'étude de la stratégie Huilerie Ouzellaguen consiste à identifier les opportunités de son environnement extérieurs et ses forces, qui lui permettent de faire face à a concurrence

- **L'analyse de l'environnement externe de l'entreprise Huileries Ouzellaguen**

L'analyse externe consiste à étudier le marché de la SARL HUILLERIES OUZELAGUEN Pour faire sortir les opportunités et les menaces de ce dernier

- **Les Opportunité de la SARL**

- croissance de la consommation mondiale de l'huile d'olive,
- produit de qualité,
- la date limite de consommation(DLC) est important (02années).

- **Les menaces de la SARL**

- forte concurrence mondiale (l'Espagne, Italie) ;
- perte de client ;
- émergence de nouveau pays exportateur ;
- La stabilité de cour de change.

- **L'analyse de l'environnement interne de l'entreprise Huileries Ouzellaguen**

L'analyse interne de la SARL HUILLERIES OUZELAGUEN consiste à identifier les faiblesses et les forces de la SARL.

➤ **Les faiblesses de la SARL :**

- Prix élevé de Numédia par rapport à la concurrence
- Faible notoriété de la marque Numédia
- Absence des campagnes publicitaires à l'internet
- Augmentation des coûts de productions.

➤ **Les forces de la SARL :**

- Très bonne qualité du produit ;
- Emballage très moderne ;
- Matière première de qualité ;
- Place stratégique de notre pays qui favorise le développement oléicole

2.1.2 Exploits de la Filiale oléicole :

- Au niveau international : 2^{ème} prix au concours meilleur huile du monde «AVPA» (Agence de Valorisation des Produits Agricoles) PARIS Mars 2013.
- Au niveau national : 1^{er} prix du concours national de la meilleure qualité d'huile lors du salon international de l'oléiculture (Janvier 2013).
- Au niveau local : 1^{er} prix du meilleur verger oléicole en plaine au niveau de la wilaya, et 1er prix de la meilleure qualité d'huile au niveau de la wilaya.

2.1.3. Les gammes de produits Numédia :

A partir du 2008, la SARL Huilerie Ouzellaguen a lancé son activité par le conditionnement des huiles et produire une huile de qualité avec une capacité de production de 200 mille par récolte.

La gamme de produit Numedia peut se résumer comme suit :

L'huile d'olive extra vierge avec une acidité inférieure à 0,8 %

L'huile d'olive vierge avec une acidité entre 0,8% et 2 %

2.2. PROCESSUS DE PRODUCTION DE « NUMIDIA » :

Dans ce point nous allons voir le processus de production de l'huile olive « Numédia »

➤ Transformation et conditionnement :

Cet investissement doté d'un complexe de transformation et de conditionnement d'huile d'olive en bouteilles en verre de haute facture, est conçu selon les normes HACCP⁵⁶ respectant des itinéraires techniques et une conduite de la récolte et de la transformation, de manière à garantir un produit fini de haute qualité répondant aux normes internationales exigées pour la commercialisation d'huile d'olive.

➤ Première pression à froid.

Huile d'olive «NUMIDIA» extra vierge et vierge, pressée à froid. L'extraction se fait par des procédés mécaniques et à froid (température inférieure à 27° C en conformité avec les normes internationales).

⁵⁶ HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) ou Analyse des Risques et Maîtrise des Points Critiques

Tableau N°3-1 : Les techniques de production et les normes de qualités appliquées dans la production du produit Numidia⁵⁷.

Les différentes étapes de production de l'huile d'olive.	Les techniques de production et les normes de qualité appliquées.	Les avantages.
La période de la cueillette.	Mi novembre.	Obtention d'une huile fruitée avec un taux d'acidité faible.
Les techniques de cueillette. Traditionnelle (à la main).	Interdiction de gaulage.	La protection de l'arbre et l'évitement du phénomène d'alternance.
La durée de stockage des olives.	Moins de 24h.	(la cueillette se fait le matin et la trituration le soir).
Obtention d'une huile fruitée avec un taux d'acidité faible.	La durée de malaxage 30 à 45 min avec une température de 45°.	Protection de la qualité d'huile.
Les récipients utilisés pour le stockage de l'huile d'olive.	Les citernes en inox.	La protection de la qualité d'huile et l'évitement de son oxydation.
Le local servi au stockage.	Une cave.	Protection de l'huile d'olive de la chaleur et de la lumière solaire.
Le conditionnement.	Les bouteilles en verre.	Protection de la qualité d'huile.

Source : fait par nous à partir des données communiqué par le gérant de l'entreprise huilerie ouzellaguen

⁵⁷ ADANE, F : **valorisation des produits de terroir par l'initiative locale innovante étude de cas : Ifri olive**, mémoire de master en développement local, tourisme et valorisation du patrimoine, Université M.MAMERI, Tizi Ouzou, 2013, p72.

2.3. LES CARACTÉRISTIQUE DE PRODUIT NUMÉDIA

➤ Utilisations prévues

L'huile d'olive utilisée aussi bien crue (dans des sauces pour salade ou à la place du beurre dans les pâtes par exemple) que cuite (pour la cuisson de viandes ou de légumes). Il est important néanmoins de ne pas l'utiliser à une haute température (plus de 210 °C), au-delà de laquelle elle se détériore. La pression à froid permet d'obtenir un "pur jus" qui renferme toutes les qualités nutritionnelles et originelles de l'olive. Pour préserver au mieux les qualités nutritionnelles d'une huile vierge extraite à froid, 3 facteurs sont déterminants : la température, l'air, la lumière.

➤ Durée de vie et les conditions de conservation prévues

Date limite de consommation (DLC): vingt quatre (24) mois.

Stockage dans un endroit propre, frais et sec (<25°C) et à l'abri de la lumière.

➤ Conditionnement

Bouteille en verre teintée, d'une capacité de 0.50L, 0.75L. Capsule à vis en aluminium scellée et composée d'un verseur et d'un bouchon réformable anti-goutte.

➤ Étiquetage

Les mentions suivantes sont indiquées sur l'étiquette du produit : dénomination du produit, date de fabrication, date de péremption, numéro de lot, liste des ingrédients/composition, conditions de conservation, nom et adresse du fabricant.

➤ Instructions d'utilisation

Après ouverture, il faut le conserver dans un endroit frais et sec (<25°C), bouchon bien refermé et à l'abri de la lumière.

2.4. LE PRIX DU PRODUIT NUMIDIA⁵⁸:

Le prix de l'huile d'olive commercialisée par l'entreprise est considérée comme étant très chère ; à titre d'exemple, une bouteille d'huile d'olive extra vierge de volume 0.75 L est vendue à 4.97 £, que celle de à l'un des concurrents est de 2.5 £/ 0.75L.

Cette cherté est interprétée par la qualité naturelle du produit; le coût de production élevé, notamment celui de prix élevé de l'emballage importé.

Parfois, ce prix est constaté comme une contrainte majeure à l'exportation de cette huile, dans un marché totalement concurrentiel et surtout que les produits du terroir étrangers sont segmenté en gammes.

Les producteurs qui monopolisent le marché de l'huile d'olive à l'international imposent des prix désavantageux pour les entreprises comme Huilerie Ouzellaguen , Des prix qui empêchent l'entreprise même de couvrir ses charges.

2.5. LA QUALITÉ DU PRODUIT NUMIDIA⁵⁹:

Un produit de bonne qualité est celui qui à été produit selon des techniques moderne. La bonne qualité résulte des efforts de leurs producteurs qui respectent les normes de qualité et les techniques de production.

La bonne qualité des produits Huilerie Ouzellaguen ne relève pas seulement du bon goût des olives de la vallée de la Soummam, mais elle résulte de la maîtrise des techniques de production et le respect des normes de qualités et les techniques de production.

L'huile d'olive Numidia, qui a eu à plusieurs reprises le premier prix de la meilleure huile d'olive Algérienne (1^{er} prix du concours national de la meilleure qualité d'huile lors du salon international de l'oléiculture (Janvier 2013)), Selon des analyses physico-chimiques (taux d'acidité, l'amertume, le rance, le taux d'humidité...), est fabriquée selon un remplissage à froid

En raison de sa bonne qualité Numédia à reçu le Golden olive durant le concours international en chine en 2014.

⁵⁸ Source : données de la direction export ; Entreprise Ifri.

⁵⁹ Source : processus de qualité, SARL huilerie ouzellaguen .

En 2013 ; Numidia olive a décroché la première place du podium autant que la meilleure qualité d'huile d'olive d'Algérie.

2.6. LA COMMERCIALISATION DU PRODUIT NUMIDIA:

2.6.1 : La marque Numidia :

La marque Numidia Olive est un outil de différenciation sur le marché, en effet elle permet de mettre en avant la spécificité du produit (origine, tradition ...), garantir leur qualité terroir, faciliter leur identification par le consommateur.

2.6.2 L'emballage de Numidia :

L'emballage joue un rôle très essentiel dans l'identification et la différenciation du produit par le client. Selon Bernard Young 1996 '*l'emballage est un vendeur silencieux*'. Pour cela l'entreprise doit concevoir des emballages pratiques, praticables, faciles à utiliser et à transporter, des images et des couleurs attirantes ainsi des expressions séduisantes.

Le produit Numidia possède un emballage primaire, une belle bouteille en verre importées d'Italie, et un emballage secondaire en carton est obtenue par général emballage permettant la protection de l'huile d'olive et une meilleure présentation du produit.

2.6.3. La distribution du produit Numidia :

Le canal de distribution est défini comme « l'ensemble des intermédiaires qui interviennent pour apporter le produit ou le service au consommateur final. Un même produit peut utiliser plusieurs canaux »⁶⁰.

- Le réseau est formé par l'ensemble des canaux utilisés pour distribuer le bien. Le circuit de distribution prend en compte l'ensemble des intermédiaires utilisés. Le circuit est court avec un seul intermédiaire, long avec de multiples intermédiaires.

L'utilisation des sites marchands permet une liaison directe entre le consommateur et le producteur.

⁶⁰ LEGRAND (G), MARTINI (H), Commerce international, édition DUNOD, Paris ; 2010 ; P.36

- L'utilisation des places de marché permet de rapprocher client et producteur de façon directe.

➤ **Le choix du canal de distribution de produit Numédia :**

Le choix du canal doit permettre :

- D'obtenir un certain volume de ventes
- D'atteindre la cible escomptée.
- De bénéficier de l'assistance commerciale ou technique du partenaire.
- Les modes de distribution : Le marché cible peut être abordé selon trois modes de distribution différents
- **La distribution de masse :**

Les produits sont distribués dans un grand nombre de points de vente et le fabricant cherche à développer un volume important de ventes. Cela concerne des biens de consommation courante.

➤ **La distribution sélective :**

Le nombre de détaillants est volontairement limité afin de tisser des relations fortes et de s'appuyer sur des revendeurs compétents. La prestation sur le lieu de vente et la recherche qualitative assure en partie le succès de la formule qui limite par ailleurs fortement le recours à la vente en ligne. C'est aussi un moyen de lutter contre la contrefaçon. Le fabricant est conduit à assumer financièrement une partie de la publicité et de la promotion des produits.

➤ **La distribution exclusive :**

Un seul intermédiaire par zone déterminée assure la commercialisation des produits et des services. L'engagement est fort et réciproque fabricant et distributeur. Le fabricant s'interdit de vendre dans la zone sans passer par ce distributeur.

Pour le produit Numidia ; l'entreprise effectue la distribution par :

➤ **Les circuits courts :**

Huilerie Ouzellaguen dispose des unités de distribution et des boutiques du terroir que nous trouvons dans quelques wilayas : Bejaia ; Sétif, Aéroport international d'Alger.

L'Aéroport international comme lieu de distribution permet d'exposer les produits de l'entreprise au grand public notamment les immigrés et les touristes qui expriment une demande importante pour ce type de produits .

Ces boutiques ont permis à l'entreprise d'élargir son marché et d'exporter ses produits vers d'autres pays .Le meilleur exemple est celui de la Chine ; En effet, l'exportation vers ce pays possible grâce à ces boutiques ce qui a permis à ses clients, la découverte du bon goût de l'huile d'olive.

➤ **Les circuits longs :**

La distribution des produits de Huilerie Ouzellaguen est faite par des distributeurs, des glossites, des centres commerciaux tels que : le centre commercial Numidis du groupe Cevital sur les wilayas suivantes (Alger, Bouira, Mostaganem, Ain Defla), le centre commercial Ardis sur Alger, superette Mini Prix d'Azazga (Wilaya de Tizi Ouzou.) et le centre commercial de ritaj mall sur Bejaia et superette Ouzellaguen d'Ain El Hammam (Tizi Ouzou).

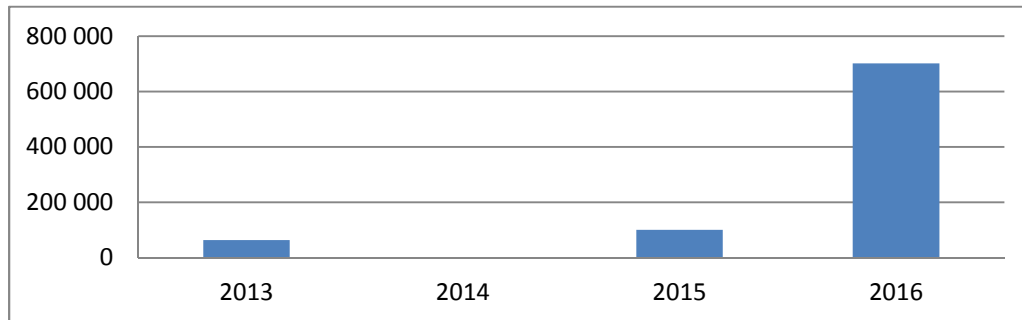
2.7. ÉVOLUTION DES EXPORTATIONS NUMÉDIA EN QUANTITÉ ET EN VOLUME

Les exportations Numidia ont débuté à partir l'année 2013. L'évolution de ses exportations en quantité et en volume sont illustrées dans la figure 3-1 et la figure 3-2.

2.7.1. L'Évolutions des exportations en volume

*2014 on ne trouve aucune exportation n'a été réalisé à cause de manque des clients

D'après la figure 3.1, les exportations de l'entreprise Huilerie Ouzellaguen à réalisé un chiffre d'affaire estimé à 62 930 euro au début de sa création en 2013. Huilerie Ouzellaguen à enregistré une augmentation d'un montant de 100 500euroen 2015 et aussi une augmentation importante pour 2016 avec 700 994 euro. Cette augmentation des exportations est due à une forte prospection qui a boutis à la confirmation de nouvelle commande et les moyenne mis à disposition de la société pour développer l'exportation.

Figure 3-1 : Évolution des exportations Numedia (euro)

Source : réalisé par nous même à partir les données internes de la SARL Huilerie Ozellaguen

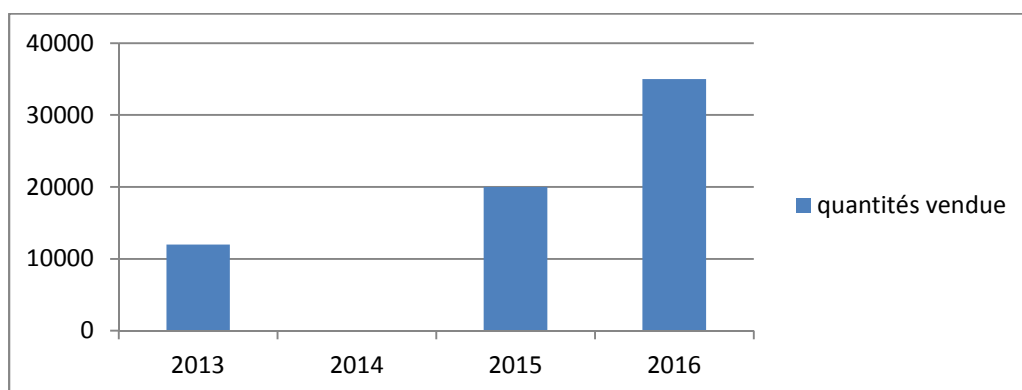
2.7.2. L'Évolutions des exportations en quantité

La figure 3-3 montre l'évolution de quantités exportées sur la période 2013-2016. Comme nous l'avons déjà signalé,* En 2014 aucune exportation n'a été réalisée à cause manque des clients

Les quantités exportées ont marqué une augmentation passant de 20000 en 2015 litre

Par rapport à l'année 2013 avec 12000 litre.

Par contre en 2016, ces exportations enregistrent une augmentation importante de quantités exportées 35000 litre comparant à l'année2015.

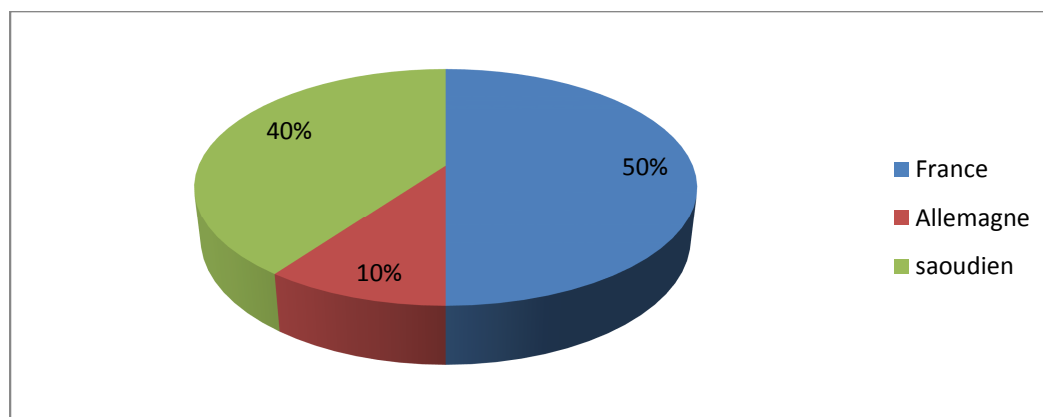
Figure 3-2 : Évolution des ventes Numidia en quantité (litre)

Source : réalisé par nous même a partir des données interne de la SARL huilerie ouzellaguen

Exemple : en 2016 il y avait 03 clients pour une exportation de 700 994 euro

D'après la figure 3.3, La première destination de l'huile d'olive de la SARL reste la France 50%, l'Arabie saoudite 40% et l'Allemagne 10, mais la quantité reste très faible.

Figure 3.3 : les pays destinataires de la SARL Huilerie Ouzellaguen en 2016



Source : Réalisé par nous même à partir des données de la SARL

2.8. LES CONTRAINTES À L'EXPORTATION DE L'HUILE D'OLIVE « NUMÉDIA »

Comme toute entreprise la SARL Huilerie Ouzellaguen souffre de différentes contraintes durant tout le processus d'exploitation.

- Les contraintes administratives et douanières à l'exportation : les procédures douanières à l'export en Algérie sont vraiment lourdes et compliquées, l'intervention des services douaniers est jugée très longue ainsi l'échange d'informations entre ces services et les entreprises exportatrices est peu efficace et aussi peu opérationnel.

- Les contraintes à l'exportation de l'huile d'olive liées à la qualité du produit : le produit Numidia est un produit de qualité, conforme aux exigences du centre oléicole international (taux d'acidité, taux d'amertume, conditions de production, processus de production) mais le contrôle phytosanitaire et sanitaire ne sont faits qu'à la demande du client afin de détecter les valeurs nutritives de l'huile.

- Les contraintes liées aux services bancaires : les contraintes sont en générale liées aux délais de domiciliation, ainsi que la plupart des banques ne sont pas informées aux procédures bancaires à l'export.

- un manque d'accompagnement des banques aux entreprises qui souhaitent entamer une démarche d'export.

- Les contraintes de négociation avec les clients étrangers :

La majorité des clients étrangers exigent leur propre étiquette en matière d'emballage des produits avec l'obligation de mentionné les valeurs nutritionnelles ce qui engendre à l'entreprise des coûts supplémentaire (agence de publicité et d'impression, laboratoire etc.), et prend du temps.

- Les contraintes logistiques et au transport : un problème au niveau d'accostage des bateaux ainsi celui de la disponibilité des lignes et des conteneurs.

Il n'ya pas une maîtrise d'arrivage des bateaux ce qui engendre des coûts supplémentaires de magasinage et de stockage pour l'entreprise. A tous ces problèmes s'ajoutent ceux de la sécurité et l'absence de la coordination des intervenants au port (administration portuaire, douane, service de police).

- Les contraintes liées à la fixation du prix à l'international : L'huile d'olive Algérienne est une huile très chère par rapport aux huiles équivalentes de celles produites par les quatre premiers producteurs internationaux (Espagne, Italie, Grèce, Turquie) ainsi que ces derniers répartissent les qualités de leurs huiles, ces obstacles peuvent se résumer ainsi :

-La rude concurrence internationale

- Le monopole des gros producteurs de l'huile d'olive au monde.

- La non maîtrise des coûts

SECTION 3 : ETUDE D'UN CAS D'UNE EXPORTATION REALISEE PAR LA SARL HUILERIE OUZELLAGUEN

Après avoir exporté, depuis 2013 ses huiles aux Allemagne, en France, en suisse, Arabie saoudite, et à la chine, cette entreprise participe aussi dans les déférents salons d'exposition d'huiles d'olives dans le monde.

Dans cette section, nous allons étudier le cas d'un contrat de vente réalisé par l'entreprise Huilerie Ouzellaguen avec un client français.

3.1. CAS D'UNE EXPORTATION DE L'HUILE D'OLIVE VERS LA FRANCE :

Comme toute entreprise commerciale et industrielle, pour la SARL Huilerie Ouzellaguen, ces exportations est un enjeu majeur pour elle, mais avant de franchir le pas, la SARL Huilerie Ouzellaguen doit absolument évaluer sa capacité à exporter et son degré de préparation au marché mondial.

- **la recherche des clients**

Pour chercher de nouveaux clients et conquérir les marchés internationaux la SARL Huilerie Ouzellaguen et utilise les méthodes suivantes :

-Les foires et les salons à l'étranger

IFRI participe souvent à ce genre de manifestation, ces rassemblements se préparent d'une manière très organisée : France Allemagne chine Arabie saoudite.

-Organiser la logistique : (réservation, conception, choix et montage de stand, déplacement du personnel, hôtels, transport des produits d'exposition).

-Préparer la documentation : invitation aux prospects et aux clients, catalogues, fiches techniques des produits, cartes de visite etc.

-Faire des relations avec la presse, insertion de publicité dans le catalogue de l'exposition.

-Préparer le personnel pour animer le stand, recevoir les clients et les prospects, rédiger les offres etc.

-Après l'évènement, la SARL Huilerie Ouzellaguen répond à toutes les demandes d'offre ou de documentation.

-Exemple : parmi les salons étrangers où la SARL Huilerie Ouzellaguen a participé :

Chine, Dubai, France. Etat unis Espagne, sénégale...

-Missions de prospections

La SARL Huilerie Ouzellaguen organise de missions collectives ou individuelles qui permettent de réaliser des rencontres directement avec les prospects ou les partenaires divers selon un planning de rendez vous serré, elles permettent aussi d'appréhender les grandes tendances du marché, de recevoir les conseils de spécialistes, de pénétrer des milieux professionnels fermés.

- **la négociation du contrat**

Tout d'abord avant de négocier n'importe quel contrat avec le client La SARL Huilerie Ouzellaguen procède à l'analyse du profil du prospect en analysant son registre de commerce sa carte fiscale et la crédibilité de sa société entame la négociation du contrat dès sa réception du bon de commande d'achat.

- **l'envoi de la facture pro forma**

Une fois l'échantillon est effectué, Huilerie Ouzellaguen envoie une facture pro forma au client ou elle doit mentionnée (annexe01)

La date : 30/08/2016 ;

Le nom de client : S .SAS ;

Adresse : 11 RUEJEAN ROISIN 5900 LILLE France ;

Montant globale : 350497 euro :

Le mode de paiement : transfert bancaire Anticipé ;

L'incoterm et le délai de livraison : CFR port Marseille.

- **le contrat de vente international**

C'est un document de référence qui permet la réalisation de l'opération d'exportation. Multiple et omniprésent à l'international, il doit être adapté à chaque situation. Ce contrat doit faire apparaître des clauses comportant :

L'identité des contractants ;

La quantité, le prix et la valeur globale ;

Les délais de livraison ;

Les échéances de règlement.

Les règlements de litiges et la juridiction compétente.

-La présentation des deux entreprises en rapport avec le contrat de vente international

Un contrat de vente prend naissance lorsqu'une entreprise exportatrice offre et qu'une entreprise importatrice accepte l'offre, pour l'accord puisse être formellement conclu.

Il s'agit donc dans notre cas des entreprises suivantes :

L'entreprise exportatrice algérienne « SARL Huilerie Ouzellaguen » à Ighzer Amokrane avec un capital de 80 000 000DA spécialisée dans la production d'huile d'olive ;

L'entreprise importatrice Française : S. SAS, France

En mois d'aout 2016, l'entreprise SARL Huilerie Ouzellaguen a signé un contrat de vente d'une quantité 12 312.38L de l'huile d'olive extra vierge (bouteilles de verre 50cl, 75cl).

-L'objet du contrat commercial

La marchandise ou le produit de cette opération d'exportation a fait l'objet d'un rapatriement intégral par voie maritime. Il est destiné à la consommation

Le produit exporté par l'entreprise est partagé en 40 palettes en avec un point réparti comme suit :

20 palettes huile d'olive extra vierge 0.75L étiquettes Française (175 cartons de 0.75L)

20 palettes huile d'olive extra vierge 0.50L étiquettes Française (204 cartons de 0.50L)

Nombre de bouteille par cartons H.O 0.50l et 0.75L :06

La durée de DLC : 2 années

- **réception du bon de commande (l'envoi de la facture pro forma)**

Une fois que la SARL huilerie OUZELLAGUEN reçoit le bon de commande du client elle procède à l'ouverture du dossier export du client en mentionnant le numéro du dossier et la date d'ouverture.

- **Établissement du devis**

Établir un devis sur le logiciel, après avoir consulté le service production pour la disponibilité des produits.

Ensuite la SARL Huilerie Ouzellaguen établit la demande de domiciliation du devis en deux exemplaires lors d'un virement anticipé, si c'est un virement bancaire ou autre la SARL Huilerie Ouzellaguen domicile la facture définitive (Annexe n° 02).

Pour domicilier la facture (annexe03), la banque demande à Huilerie Ouzellaguen :

Une facture pro forma ;

Engagement de rapatriement (annexe04)

Une fois, le client a versé l'argent, il envoie un Swift de paiement en euro, et la banque Huilerie Ouzellaguen va les transférer en dinars en prenant en charge les cours du jour, Huilerie Ouzellaguen établit une demande de mise à disposition des conteneurs à la compagnie maritime concernée et une copie pour transitaire (annexe05).

Une fois la compagnie confirme à l'entreprise sa mise à disposition, elle lui envoie le booking et le numéro des conteneurs

Une fois la marchandise est prête, ainsi les certificats de conformité, et les résultats d'analyses confirmés par le service du laboratoire, ce dernier les transmet au client.

- **établissement de la facture définitive en devise**

Le service export établit la facture en devises à partir de la demande de production en dix exemplaires sur une copie de sage Cachet de domiciliée en deux exemplaires lors d'un virement anticipé qu'il transmet à la banque.

Comme il établit les documents suivants :

- Le certificat d'origine.
- EUR1⁶¹ (Annexe n° 06)

Une fois la marchandise prête, et les résultats d'analyses confirmés par le service du laboratoire en transmettant les certificats d'analyses et les certificats de conformités au service export, ce dernier établit une demande de mise à disposition des conteneurs à la compagnie maritime concernée et une copie pour le transitaire.

Une fois la compagnie leur confirme sa mise à disposition, elle leur envoie le booking et les numéros des conteneurs, le service export établit le document suivant :

- Liste de colisage avec numéro de conteneurs que le service export transmet au service logistique.

Il transmet au transitaire un dossier avec accusé de réception comprenant les documents suivants :

- Une facture en devises originale domiciliée ;
- Une liste de colisage et de poids avec numéro de conteneurs ;
- Un certificat d'origine.
- EUR1.
- Attestation de rapatriement délivrée par notre banque.
- Engagement de rapatriement (pour un dossier dont nous n'avons pas reçu d'attestation de rapatriement.
- 02 copies légalisées R .C (registre de commerce) et 02 copies légalisées carte fiscale.

Le dossier doit être transmis au transitaire au minimum 48 heures avant le chargement des conteneurs.

Comme il envoie par fax aux armateurs les documents suivants :

- Détail de connaissance.

⁶¹ EUR1 : document douanier

-Liste de colisage et de poids.

Une fois le transitaire reçoit la mise à disposition des conteneurs par la compagnie maritime, il procède à l'envoi des conteneurs pour chargement, de notre part nous avisons le service logistique pour la préparation des moyens pour le chargement

- **l'opération d'empotage**

L'opération d'empotage est l'une des opérations de la logistique internationale dans cette opération le transitaire fait une demande d'empotage sur site plus le jour et demande un chauffeur, puis quand le jour J arrive le douanier est sur place doit ramener avec lui la demande d'empotage original, Un agent de l'entreprise doit être aussi sur place avec le douanier pour l'empotage et le contrôle des conteneurs carton par carton ;

- **l'opération de scellement**

Ensuite le responsable export mobilise un agent douanier (celui qui a assisté à la dernière opération) à sceller les conteneurs empotés par deux sceller ceux de la douane et ceux de la compagnie d'assurance.une fois le conteneur scellé, seul ne peut l'ouvrir jusqu'à l'arrivée de la marchandise au client.

- **l'opération de mise à quai**

Après avoir achevé l'opération de scellement. L'opération de la mise à quai des conteneurs est immédiatement déclenchée par le responsable des exportations, et ce dernier doit se présenter avec un bon de mise à quai.

Une fois la marchandise chargée, cette dernière est réexpédiée au port pour embarquement.

Une fois la marchandise embarquée, la compagnie envoie au service export la facture pour laquelle il établit un chèque pour avoir le connaissement original.

Ensuite le service export récupère les dossiers suivants pour les envoyer par DHL au client :

- 04 Factures originales en devises.
- 01 Certificat d'origine.
- 01 EUR1.
- Liste de colisage avec numéro de conteneurs.

- Certificat d'analyses.
- Certificat de conformité.
- Certificat de fumigation (La fumigation doit être faite par un organisme désigné par les autorités portuaires) cette procédure est applicable à partir de décembre 2007.
- B/L (connaissance) original (récupéré au pré de la compagnie maritime) (voir annexe 07).

Si la compagnie maritime accepte de prendre le pli cartable à bord il faut envoyer tous les documents au transitaire pour présenter à la compagnie pour former le pli cartable.

3.2: L'INTERPRÉTATION DU QUESTIONNAIRE ÉTABLI AU SIEN DE L'ENTREPRISE

Après avoir réalisé le questionnaire sur la SARL HUILERIE OUZELLAGUEN, nous avons exploité les réponses dans un tableau comme suit :

Tableau N° 3-2 : réponses aux questionnaires de SARL HUILERIE OUZELLAGUEN⁶²

Variable Nom de l'entreprise	Huilerie ouzellaguen
1-La date de création	2008
2-La nature juridique	SARL
3-Le secteur d'activité	Agroalimentaire
4-Produit exporté pour la première fois	Huile D'olive extra vierge
5-La souscription à l'assurance d'export	Oui, auprès de la CAGEX
6-La solution de transport utilisé à l'export	Maritime et terrestre (tout dépend de la destination)
7-Les incoterms utilisés par l'entreprise	FOB, CFR, CFA, CPT

⁶² **Source** : Réalisé par nos soins à partir des données de SARL HUILERIES OUZELLAGUEN

8-Les entraves rencontrées lors d'une opération d'exportation	La rude concurrence, les prix plus bas que les notre, la mauvaise connaissance du marché ciblé...
9-Le mode de paiement utilisé lors de l'exportation	Virement bancaire anticipé
10-La garantie contre les risques liés à l'exportation	exigence du paiement anticipé
11-Les différents clients de l'entreprise	Français, allemand, chinois,...
12-La relation avec les clients	Très bonne, professionnelle, continue et à jour
13-La demande estimée du produit	Inférieur à l'offre et Supérieur sur marché local
14-La hausse des prix de produits est causé par	Les prix du marché et/ou des coûts de revient
15-La qualité du produit exporté	Répondant aux normes internationales exigées
16-L'adaptation du produit est basée	A la demande du marché international ou local
17-Les régions pour les quelles l'entreprise exporté	Europe, Asie et Afrique
18-La raison pour la quelle l'entreprise s'oriente vers cette activité	<ul style="list-style-type: none"> - Vue la qualité internationale du produit - Vue sa demande sur le marché - Source de devise....
19-Le rôle de la qualité pour l'entreprise	Très important
20-Le degré de d'envahissement par les concurrents	Très avancé (pas en termes de qualité mais de prix !)
21-Les conséquences de la certification de qualité dans le domaine des relations avec les clients	Ça rassure les clients pour augmenter les quantités.
22- L'objectif de la SARL HUILERIE OUZELLAGUEN	Développer leur produit à l'international
23-Les produits proposés par les concurrents sont	De bonne qualité
24-Le manque de compétitivité de l'entreprise est du au	Prix élevés affichés
35-Le climat d'affaire en Algérie en rapport avec l'activité d'exportation	pas trop favorable en raison de manque de subvention étatique (à l'exception du FSPE qui rembourse 25% sur les factures de transport)
36-Le regard de l'entreprise au choix de l'exportation	Très primordial vue le potentiel du produit

Source : Réalisé par nos soins à partir des données de sarl huilleries ouzellaguen

D'après le tableau, nous constatons que HUILLERIE OUZELLAGUEN est une SARL privée qui a été créée en 2008, elle se spécialise dans le domaine des industries agroalimentaire, elle est composée de plusieurs services tel que : le service finance et comptabilité et le service commercial dont ce dernier est chargé de réaliser une opération d'exportation. Le plus important pour la SARL est de commercialiser le produit essentiel qui est l'huile d'olive en grande quantité avec un prix rentable,

Afin de prendre une décision d'exportation, Huileries Ouzellaguen cherche d'abord à satisfaire le marché local, puis cibler les marchés étrangers, mais c'est le même produit vendu localement. Parmi les concurrents nationaux de la SARL Huilerie Ouzellaguen nous trouvons les huileries d'ifri olive (béjaia), ithri olive (bouira), huile de salade saadaoui (oran), huilerie de tizi ouzouEt parmi les concurrents étrangers de la SARL sont les grands pays producteurs d'huile d'olive tel que : Espagne, Italie, la Turquie, la Tunisie...qui offrent une l'huile de bonne qualité avec des emballages esthétiques de haute qualité

Après la négociation entre l'entreprise et le client, le service export de la SARL réalise un contrat de vente avec ses clients sur le marché local (qui sont des détaillants, grossistes, Catring), ainsi que les clients étrangers (allemand, Français, chinois, saoudiens et sénégalais), l'entreprise entretient des relations très bonnes, professionnelles, continues et à jour avec ses clients. Elle transporte ses produits par voie maritime ou terrestre, en utilisant l'incoterm CFR (maritime) et FOB. Pour se garantir contre les risques liés à cette opération d'exportation, elle fait recours à la souscription d'assurance à la CAGEX ou elle exige le paiement anticipé tout en essayant d'exiger l'euro ou le dollar, vu comme des devises stables.

Afin que le contrat réussisse entre les deux parties, il est nécessaire de respecter certaines clauses, mais les principales sont les suivantes :

- La qualité : elle se fait selon la demande du client, il faut respecter l'étiquetage et le marquage des produits demandés,
- La quantité demandée : il ne faut pas envoyer aux clients moins ou plus que la quantité exacte demandée
- Le prix : le prix doit être respecté et négociable aussi.
- Délai du contrat : il doit être d'au moins 1 année.

La SARL vendue huile d'olive extra vierge de format 0.75l d'un prix de 650DA, et de format 0.50l d'un prix de 450DA, et pour l'huile d'olive vierge d'un format de 0.75l d'un prix 540DA, et de format de 0.50l avec un prix de 430DA.

La SARL Huilerie Ouzellaguen à exporter pour la premier fois l'huile d'olive extra vierge avec une qualité très importante qui Répondre aux normes internationales exigées, le prix de vente d'huile d'olive est flexible d'un pays un autre, la demande estimé de produit est inférieur a l'offre, est supérieur sur le marché local et cela est due a la hausse des prix des produits vendus. Même si les prix sont élevé, l'Huilerie Ouzellaguen a réussie d'exporter une quantité vers Europe, L'Asie, Afrique, La raison pour la quelle l'entreprise s'oriente vers cette activité c'est : Vue la qualité internationale du produit, Vue sa demande sur le marché, Source de devise...

L'objectif de la SARL HUILLERIE OUZELLAGUEN est de :

- Développer Numédia à l'international en intégrant de nouveaux de marchés ;
- Prendre une forte position par apport à la concurrence ;
- Réduire les couts et les prix ;
- Obtenir de nouveaux certificats.
- Être leader dans son domaine de production de l'huile d'olive ;
- Améliorer la rentabilité de la SARL.

Grace aux climats d'affaires en Algérie qui n'est pas favorable en raison de manque de subvention étatique aux entreprises, l'exportation est considérée pour HUILLERIE OUZELLAGUEN comme un choix. L'exportation est très primordiale vu qu'elle recèle un potentiel renforcée par la certification de ses produits. En effet Huilerie Ouzellaguen a enregistré une augmentation de ses exportations dans sont chiffre d'affaire est de 100 500en 2016.

Même si Huilerie Ouzellaguen a réalisé une augmentation de ses exportations, mais reste invisible par apport aux concurrents étrangers qui proposent des produits plus connus à des prix compétitifs, aussi les droits de douane pratiqués pour Huilerie Ouzellaguen sont moins favorables par apport à ceux pratiqués par les concurrents étrangers.

Conclusion

L'étude menée au sein de l'entreprise SARL Huilerie Ouzellaguen, nous a montré que son développement international est limité à l'exportation. Les débouchés à l'exportation existent depuis le début des années 2013.

Cette étude démontre que l'environnement de l'entreprise SARL Huilerie Ouzellaguen, est peu performant à l'international, en comparant avec son positionnement sur le marché national. La contribution des exportations n'ont pas dépassé 1,68% dans le chiffre d'affaire total depuis son internationalisation. Cela est dû à plusieurs facteurs et plusieurs contraintes qui sont manque de main d'œuvre qualifiée. La SARL est confrontée au problème de pénurie de matière première, ce qui tarde et allonge les délais de vente de leurs produits sur les marchés étrangers.

L'exploitation appartient à la SARL HUILLERIE OUZELLAGUEN, propriétaire et fondateur de la marque Numidia qui est l'un des premières industries d'huile d'olive en Algérie

Dans le présent chapitre, nous avons essayé d'étudier la SARL Huilerie Ouzellaguen et son processus d'exportation, qui régissent les démarches d'exportation de l'huile d'olive algérienne en choisissant le Produit Numidia.

Conclusion générale

Tout au long de ce travail nous avons avancé quelques aspects théoriques concernant les exportations hors hydrocarbure en Algérie, et le secteur agroalimentaire notamment la place de la filière oléicole. Comme nous avons traité les méthodes à travers lesquelles les entreprises s'intègrent aux marchés étrangers.

Ainsi les entreprises qui réussissent, ne sont plus que celles qui maîtrisent le processus d'exportation, mais sont plutôt celles qui se démarquent, celles qui créent constamment de nouveaux savoirs, les intègrent rapidement dans de nouvelles technologies et de nouveaux produits, qui innovent constamment en valorisation de différentes compétences que l'homme maîtrise.

Vendre à l'extérieur du pays n'est pas une tâche facile comme elle paraît. S'internationaliser oblige les entreprises à respecter les règles, les normes, les techniques du commerce international et faire face aux exigences d'une économie moderne et ouverte. Le passage de l'Algérie de l'économie administrée à l'économie de marché, pousse les entreprises algériennes qui souhaitent garder leur pérennité à s'ouvrir sur l'extérieur.

De ce fait, 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, et attirer les clients en leur offrant des conditions favorables, tant sur la qualité des produits, le niveau des prix, les délais de livraison, les délais de paiement et d'autres avantages commerciaux.

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.

L'Algérie dispose d'un véritable patrimoine de produits de terroir (l'huile d'olive, figues sèches, raisins, le miel), la valorisation de tous ces produits est une étape très essentielle, ou la période des hydrocarbures annonce son terme.

L'un des produits algériens qu'il faut travailler est l'huile d'olive, par but de réduire son acidité, augmenter la productivité et surmonter l'ensemble des contraintes que le secteur oléicole national accuse. Les pouvoirs publics doivent mener une politique incitative à son développement et à sa modernisation ; cela se fait à travers la formation des agriculteurs , l'amélioration des conditions de vie dans les zones rurales , la création des organismes de contrôle...

Cette politique va servir à ce produit d'être conforme aux exigences internationales telles que les normes délivrées par le Centre Oléicole International à propos de l'acidité ; l'amertume et le processus de qualité. Pour pouvoir saisir les opportunités d'exportations et les possibilités de pénétration des marchés étrangers apparaitront.

L'Algérie dresse ces dernières années des plans visant la facilitation des opérations d'exportation des produits nationaux tels que l'huile d'olive, dont la création d'institutions publics de promotion des exportations hors hydrocarbures : ALGEX, CAGEX, ANEXAL, FSPE ainsi la facilitation des procédures douanières, bancaires et fiscales.

Notre étude s'est déroulée dans une entreprise exportatrice qui est la SARL HUILLERIE OUZELLAGUEN qui à commencé à exporter depuis 2013 et ses exportations étaient très minimales et discontinues qui n'ont pas dépassé 1.68% du chiffre d'affaire globale tout au long de son internationalisation, avec un portefeuille clients à l'international pas assez riche.

A fin de répondre à notre problématique nous avons effectué notre stage au sein de l'entreprise agroalimentaire, qui font de l'exportation. SARL HUILLERIE OUZELLAGUEN qui exportent plusieurs produits mais nous avons choisi l'huile d'olive.

Pour conclure, nous pouvons dire que vu les moyens que dispose l'entreprise tant sur le plan humain, matériel ou financier la SARL HUILLERIE OUZELLAGUEN peut faire beaucoup plus d'effort pour atteindre les objectifs fixés, tout en améliorer ses procédures d'exportation que se soit sur le plan opérationnel. Par exemple enrichir son réseau d'affaires car c'est un moyen efficace pour nouer des relations d'affaires à l'étranger.

HUILERIE OUZELLAGUEN couvre sur le marché d'huile d'olive la majorité de la demande nationale, alors que sa place à l'échelle internationale reste négligeable. Malgré que cette entreprise est de petite taille, mais à réussi à exporter une part importante d'huile d'olive de qualité à plusieurs pays tel que ; France, Chine, Arabie Saoudite, Allemagne,.....etc.

Malgré les efforts dégagés par l'Etat, les entreprises entamant des démarches d'exportation enregistrent toujours des difficultés qui freinent la vente à l'export, le cas de la SARL HUILLERIES OUZELLAGUEN.

C'est l'une des entreprises algériennes qui a su promouvoir la qualité de son produit à travers la modernisation de ses huileries et en respectant les techniques de production et les normes de qualité mais les contraintes à l'exportation surgissent toujours tout au long de sa démarche d'exportation.

L'entreprise est confrontée à des contraintes interne et externe atténuant sa compétitivité à l'international. Ces contrainte sont essentiellement le manque d'un département export qui étudiera les marchés étrangers, la cherté de coût de production et les matières première qui a une influence directe sur le prix de vente car la SARL Huilerie Ouzelaguen pratique généralement des prix élevé par rapport à ces concurrent, perte des clients suite à de multiple raisons (liquidation de la société, changement d'activité..), ce qui engendre une discontinuité des exportations ; lourdeurs administratives et douanières, l'inefficacité de mesures éthiques d'incitations à l'exportation, la non-conformité de la qualité de l'huile d'olive algérienne aux normes internationales est un obstacle à l'exportation est partiellement confirmée.

Nous constatons d'après les tableaux et les questionnaires effectués, que le choix de l'exportation pour SARL HUILLERIE OUZELLAGUEN est considéré comme une opportunité à saisir.

Le but de toute entreprise qui cherche à commercialiser ses produits à l'étranger, est de répondre aux exigences des clients ainsi que de renforcer son image. Cela se réalise en certifiant ses produits et en optant pour une stratégie de différenciation afin d'éviter l'affrontement avec les concurrents. De plus à l'international, les entreprise sont exposées à plusieurs risques et pour se garantir contre ces derniers, Huilerie Ouzelaguen prend en considération le choix du mode de paiement dont le plus utilisé est le transfert libre payable à l'avance.

Bibliographie

Ouvrage

- Ali T : « les exportations hors hydrocarbures algériennes », 2^{ème} édition paris, 2008, p7
- BENISSAD.H : « la reforme en Algérie ou l'indicible ajustement structurel », OPU, ALGERIE 1996.
- BEN BAYER.H, SALEM.A et TIBOUCHE.A : « les pratiques des entreprises à l'exportation » cahier du CREAD n°39 ,1997.
- LEGRAND (G), MARTINI (H) , « Commerce international » ,édition DUNOD , Paris ; 2010.
- MALSSIS .L GHERSI.G : « initiation a l'économie agroalimentaire », édition : Hatier, 1992.
- ROUX.B : « Libre-échange et environnement dans le contexte euro-méditerranéen », Paris, 2000.
- SIMON (Hermann): les champions cachés : fers de lance de succès des exportations Allemandes, dans les Euro-PME, coordonné par Bernard PRAS et Agnès BOUTIN, Economica 1995, p43-60
- VERLEY (Patrick): Exportations et croissance économique dans la France des années 1860 ». Histoire des sciences sociales, 1988, Volume 43, N°1, P 83- 84

Articles et revues :

- Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieure (ALGEX)-2015
- Tout Sur L'Algérie (TSA), les 15 premiers exportateurs algériens hors hydrocarbures, 27/01/2015.
- Smail L, rapport Stratégie de Développement des Exportations Algériennes, les exportations algériennes H, H, 2016.
- BELAID.DJ, « Le Marché Des Industries Alimentaire En Algérie », Étude réalisée par UBIFRANCE bureau d'Alger 2015, année : 2016
- Selon le directeur général de l'agence nationale de promotion de commerce extérieur, importation des produits alimentaires agricoles, 22 janvier 2012, in liberté.*

- Ministère des finances et Direction Générale des Douanes, Statistique du commerce Extérieur de l'Algérie, 2015.
- Le forum de commerce extérieur, revue de l'agence algérienne de promotion du commerce extérieur, 2012
- HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) ou Analyse des Risques et Maîtrise des Points Critiques
- Art. 220-3 du Code des Impôts Directs et Taxes Assimilées.
- Art. 10/5 de la Loi de Finances pour 2011 modifiant et complétant les dispositions de l'Art. 138 du Code des Impôts Directs et Taxes Assimilées). « journal office »
- Art. 13 du Code des Taxes sur le Chiffre d'Affaires).
- (cf. article 42-2 du Code des Taxes sur le Chiffre d'Affaires).
- (cf. article 42 et 50 du Code des Taxes sur le Chiffre d'Affaires).

Mémoire et thèses

- ADANE.F : « valorisation des produits de terroir par l'initiative locale innovante étude de cas :Ifri olive », mémoire de master en développement local, tourisme et valorisation du patrimoine, Université M .MAMERI , TIZI OUZOU , 2013 ,p72.
- AMRANI.F : « Étude de l'effet des radiations micro-ondes sur l'extraction par solvant de l'huile à partir du grignon d'olive », mémoire de magister, options : chimie de l'environnement, université MOULOUD MAMMERI, TIZI-OUZOU, P.01.
- ARKOUB, FOUGHALI.B : « analyse de la productivité des industries agro-alimentaires en Algérie », en vue de l'obtention d'un diplôme de master, option : Économie appliquée, Université A. Mira de Bejaia, année : 2010/2011.
- AYADI. N, RASTOIN.J. L, ZORNALI. S : « les opérations de restructuration des firmes agroalimentaires multinationales entre 1987et 2003 », option : Marchés d'organisation, institut agronomique méditerranéen de Montpellier, France, année : 2006.
- BERKANI.T, YAHIAOUI.S : « les exportations agroalimentaire en Algérie »,option finance et commerce international, mémoire pour l'obtention de diplôme de master en séance commercial Université A. Mira de Bejaia, Année,2013.
- HACHEMI N, « impact prévisible de l'intégration de l'Algérie à la zone de libre échange union européenne et organisation mondiale du commerce sur la filière huile alimentaire », institut national agronomique, Alger, année 2013

- HILEM.F, IKEN.K, KHERBOUCHE.S: « le financement des entreprises agro-alimentaire dans la wilaya de Bejaia ; enquête auprès des banques », mémoire en fin cycle en vue de l'obtention d'une licence, Université A. Mira de Bejaia, Année : 2008/2009.
- KAIID.W, TAZARART .K : « la place des exportations dans la stratégie des PME algérienne, enquête par questionnaire auprès des PME de la willaya de Bejaia », université de Bejaia, 2014-2015
- KATTI. A et KAABACHE. I : « Analyse de la localisation des industries agroalimentaires dans la willaya de Bejaia ; cas de SPA cojek EL-Kseur », mémoire de fin d'études en vue de l'obtention d'une licence en sciences économiques, options : Économie appliquée, année 2009.
- MADANI.Z : « le marché oléicole mondial : quelle place pour l'Algérie ? », mémoire de magister en sciences économiques, option : Espace, développement et Mondialisation, Université A.MIRA de Bejaia, 2008.
- SAIDANI.S, SADOUL.L : « l'impact de la crise financière internationale sur l'économie algérienne : Cas du secteur agro-alimentaire », mémoire de master, spécialités : Economie Appliquée et Ingénierie financière, Université A.MIRA de Bejaia ,2011
- SEBASTIEN. V : « Enrichissement nutritionnel de l'huile d'olive : Entre Tradition et Innovation », thèse présentée pour obtenir le grade de Docteur en Sciences de l'Université, d'Avignon et des Pays de Vaucluse spécialité : CHIMIE, 2010.
- SIDHOUM, M : Contribution à l'étude pédologique et génétique de quelques variétés de l'olivier Dans la wilaya de Tlemcen, mémoire de magistère en Agronomie (option, amélioration de la production Végétale et biodiversité), Université ABOU BEKR BELKAID-TLEMCEN, 2011, P. 05.

Référence web

- <http://www.internationaloliveoil.org/estaticos/view/83-designations-and-definitions-of-olive-oils>
- http://www.algeria-watch.org/fr/article/eco/production_dattes.htm
- www.ALGEX.com
- <http://algex.dz/index.php/fr/fond-special-de-la-promotion-des-exportations>
- <http://algex.dz/index.php/fr/facilitations-douanieres>
- <http://algex.dz/index.php/fr/facilitations-bancaires>
- <http://algex.dz/index.php/fr/exonerations-fiscales>
- www.Huilerie-Ouzellaguen.dz
- www.ifri-olive.dz

- www.ONS.dz

Résumé

Ce présent travail est consacré aux exportations des produits agroalimentaires en Algérie. La situation des exportations hors hydrocarbures favorise la sensibilisation des entreprises algériennes à exporter. Tout fois, Plusieurs produits agricoles et agroalimentaires rencontrent de grandes difficultés à se développer à l'échelle nationale et à s'intégrer dans le marché international où des conditions de pénétration sont plus en plus exigées.

Dans notre étude nous somme, intéressé à l'entreprise huilerie ouzellaguen qui a su valoriser l'huile d'olive et l'exporter au moment ou l'huile d'olive algérienne n'arrive pas à pénétrer les marchés étrangers. Une exception, parmi d'autres, qui met en lumière la nécessité de multiplier les efforts et par les pouvoir publics et par les entreprises afin de pouvoir mettre sur le marché un produit de qualité, tout en maîtrisant le processus d'exportation dans un marché international caractérisé par une concurrence acharnée.

Mots clés : Industrie agroalimentaire, l'exportation, SARL huilerie ouzellaguen, l'huile d'olive.

ملخص :

يخصص هذا العمل لصادرات المنتجات الغذائية في الجزائر. وضع الصادرات غير النفطية يعزز الوعي الشركات الجزائرية للتصدير. أي وقت العديد من المنتجات الزراعية والغذائية صعوبة كبيرة في النمو على الصعيد الوطني وعلى الاندماج في السوق الدولية التي تتطلب شروط الدخول على نحو متزايد. في دراستنا نحن باختصار، مصلحة في الشركة التي لديها مطحنة النفط أوزلاقن تعزيز زيت الزيتون وتصديره عندما زيت الزيتون الجزائري لا يمكن أن يدخل الأسواق الخارجية. استثناء، من بين أمور أخرى، والذي يسلط الضوء على الحاجة إلى زيادة الجهود ومن السلطة العامة والشركات من أجل جلب لتسويق منتجات ذات جودة، في حين تسيطر على عملية التصدير في السوق الدولية يتسم بالمنافسة الشديدة.

كلمات البحث: صناعة المواد الغذائية والتصدير، SARL أوزلاقن مطحنة النفط، والنفط