

**UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA.**

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

**Département des Sciences Commerciales**

**Mémoire de fin de Cycle**

**En vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences Commerciales**

**Option : Finance et Commerce International**

**Thème**

**« Essai d'analyse de la politique de soutien aux exportations hors  
hydrocarbures en Algérie »  
(Cas de la wilaya de Béjaïa)**

**Réalisé par :**

**Encadreur : M .BEZTOUH Djaber**

M .NAIT MEJANI Mohand Cherif

M .LEBDIRI Mohamed

**Membre du Jury**

**Président : M. ZORELI**

**Examineur :M<sup>lle</sup> BOUNAZEF**

**Rapporteur : M.BEZTOUH**

**Promotion : 2014-2015**

## REMERCIEMENTS

*Nous tenons tout d'abord, à remercier Dieu le tout puissant et miséricordieux, qui nous a donné santé, force, courage, volonté et patience pour accomplir ce modeste travail.*

*En second lieu, nous tenons à remercier M.BEZTOUH Djaber pour nous avoir fait profiter de ses connaissances, ses précieux conseils, son encouragement durant toute la période du travail*

*Nous remercions les membres de jury pour l'honneur qu'ils nous font en acceptant d'évaluer ce travail et de participer à la soutenance.*

*Mohand Cherif & Mohamed*

## *Dédicaces*

*Je dédie ce modeste travail à toute ma  
famille, à tous mes proches, mes chères  
ami (es) et à mes bien-aimés.*

*Mohand Cherif*

*Je dédie ce modeste travail à toute ma  
famille, à tous mes proches, mes chères  
ami (es) et à mes bien-aimés.*

*Mohamed*

## Liste des abréviations

- **AELE** : Association Européenne de Libre-Echange
- **AGE** : Autorisations Globales d'Exportation
- **ALÉNA** : Accord de Libre-échange Nord-Américain
- **ALGEX** : Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur
- **ANEXAL** : Association Nationale des Exportateurs Algériens
- **BIC** : Bénéfices Industriels et Commerciaux
- **BOIMEX** : Groupement Professionnel du Bois
- **BRE** : Bureau de Rapprochement des Entreprises
- **C.A.A** : Compagnie Algérienne d'Assurance
- **CACI** : Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie
- **CACQE** : Centre Algérien de Contrôle de Qualité et de l'emballage
- **CAGEX** : Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportations
- **CNIS** : Centre National sur l'Information Statistique
- **EPAL** : Entreprise Portuaire d'Alger
- **FMI** : Fonds Monétaire International
- **FMN** : Firmes Multinationales
- **FNRDA** : Fonds National de Régulation et Développement Agricole
- **FSPE** : Fonds Spécial de Promotion des Exportations
- **GADIT** : Groupement Professionnel d'Achat des Industries Textiles
- **GAIRLAC** : Groupement Professionnel des Produits laitiers
- **GIAC** : Groupement Professionnel de la Chaussure
- **GICP** : Groupement Professionnel des Peaux et Cuirs
- **GITEXAL** : Groupement Professionnel des Textiles
- **GPA** : Groupements Professionnel d'Achat
- **HOS** : Heckscher-Ohlin-Samuelson
- **IBS** : Impôt sur les Bénéfices des Sociétés
- **OMC** : Organisation Mondiale du Commerce
- **ONACO** : Office National de Commercialisation
- **ONAFEX** : Office National Algérien des Foires et Expositions

- **PAS** : Programme d'Ajustement Structurel
- **PDEM** : Pays Développés à Economie de Marché
- **PED** : Pays en Développement
- **PGE** : Programme Général d'Exportation
- **PGI** : Programme Général d'Importation
- **PME** : Petite ou Moyenne Entreprise
- **RVE** : Restriction Volontaire aux Exportations
- **SAFEX** : Société Algérienne des Foires et Expositions
- **SGP** : Système Généralisé de Préférences Commerciales
- **SPA** : Sociétés par Actions
- **TAP** : Taxe sur l'Activité Professionnelle
- **TEC** : Tarif Extérieur Commun
- **TPE** : Très Petites Entreprises
- **U.E** : Union Européenne
- **UMA** : Union du Maghreb Arabe
- **VF** : Versement forfaitaire

# SOMMAIRE

<b>Introduction générale</b> .....	1
<b>Chapitre I : Aspects théoriques et fondements du commerce international</b> .....	4
Introduction du chapitre .....	4
<i>Section 1</i> : Les théories du commerce international.....	5
<i>Section 2</i> : Les politiques commerciales dans le commerce international.....	13
<i>Section 3</i> : Le commerce international et l'intégration régionale.....	23
Conclusion du chapitre. ....	32
<b>Chapitre II : Etat des lieux du commerce extérieur algérien</b> .....	33
Introduction du chapitre .....	33
<i>Section 1</i> : Evolution du commerce extérieur en Algérie.....	34
<i>Section 2</i> : Analyse de la structure du commerce extérieur Algérien.....	42
<i>Section 3</i> : Les contraintes et les risques inhérents au processus d'exportation des entreprises algériennes .....	51
Conclusion du chapitre .....	58
<b>Chapitre III : Les dispositifs et Les mesures mis en œuvre dans le cadre de la stratégie nationale De promotion des exportations hors hydrocarbures</b> .....	58
Introduction du chapitre .....	59
<i>Section 1</i> : Les dispositifs mis en place par les pouvoirs publics algériens pour promouvoir les exportations hors hydrocarbures.....	60
<i>Section 2</i> : Les mesures incitatives aux exportations hors hydrocarbures.....	72
<i>Section 3</i> : Les accords Préférentiels de l'Algérie dans le cadre de sa politique de soutien aux exportations hors hydrocarbures.....	78
Conclusion du chapitre .....	86
<b>Chapitre IV : Analyse de la politique de soutien aux exportations hors hydrocarbures dans la wilaya de Béjaïa</b> .....	87
Introduction du chapitre .....	87
<i>Section 1</i> : Présentation du champ de l'enquête : la wilaya de Béjaïa.....	88
<i>Section 2</i> : Présentation de l'enquête de terrain.....	96
<i>Section 3</i> : Présentation et traitement des résultats de l'enquête.....	99
Conclusion du chapitre .....	120
<b>Conclusion générale</b> ... ..	122

## Introduction générale

La dépendance de l'Algérie à l'égard de son pétrole ne cesse de s'accroître ces dernières années. En effet, l'exportation des hydrocarbures continue à constituer la part la plus importante des exportations globales soit 98%. Cette dépendance vis-à-vis des ressources pétrolières constitue un handicap majeur de l'économie algérienne, phénomène constaté dès le milieu des années quatre-vingt, période dans laquelle l'économie algérienne s'est enfoncée dans une crise, due essentiellement à sa forte vulnérabilité. Pourtant des sommes considérables ont été dépensées dans le secteur industriel afin de pouvoir se libérer de sa dépendance à l'égard d'un seul produit et ainsi obtenir des devises étrangères en substituant au pétrole des produits manufacturés.

Pour mettre fin à cette vulnérabilité de l'économie algérienne, fortement dépendante de la rente pétrolière et diversifier les sources de croissance, l'Etat s'est engagé dans un vaste programme de réformes. Depuis les réformes instaurées dans le cadre de l'ajustement structurel, imposé par le fonds monétaire international (FMI), l'Algérie est entrée dans la nouvelle phase de libéralisation économique qui a touché l'ensemble des domaines, y compris le commerce extérieur. Cela se constate à travers la multiplication des accords signés par l'Algérie, notamment dans le cadre de la création de zones de libre-échange, et à travers la mise en place d'une politique de promotion des exportations hors hydrocarbures. Cette politique se manifeste par la mise en place de dispositifs, de programmes et d'institutions d'appui et de promotion (ALGEX, CAGEX, CACI...) ainsi que des mesures incitatives (avantages fiscaux aux exportateurs) ayant pour objectif d'encourager et d'apporter un appui à l'exportation et de faciliter les démarches pour les entreprises souhaitant pénétrer les marchés internationaux.

L'objet de notre travail dans ce mémoire est l'essai d'analyse et d'évaluation des répercussions des différentes mesures mises en place en Algérie pour la promotion de l'exportation hors hydrocarbures. Autrement dit, notre travail consiste à l'analyse de la politique nationale de promotion des exportations établie par les pouvoirs publics algériens dans le cadre de leurs actions tentant de diversifier les secteurs d'exportation afin de remédier à la forte dépendance de l'économie du pays envers l'unique secteur énergétique. Nous allons aussi y traiter dans quelle mesure cette politique permette de lever les contraintes lancinantes auxquelles sont confrontés les exportateurs nationaux et lesquelles

augmentent la réticence des exportateurs potentiels à réaliser leurs premières opérations de vente hors de l'Algérie.

La question principale à laquelle nous tentons d'apporter une réponse est : à quel point les mesures incitatives à l'exportation prises par l'Etat algérien ont-elles réussi à surmonter les contraintes entravant le processus d'exportation en Algérie ?

De cette question principale découlent des questions axillaires qui guideront notre travail de recherche :

- Quelles sont les politiques adoptées par l'Etat algérien dans le but de la promotion des exportations hors hydrocarbures ?

- Quels sont les contraintes, les barrières et les risques inhérents au processus d'exportation des entreprises algériennes ?

- Les politiques et les instruments d'accompagnement sont-ils adaptés aux besoins réels des entreprises exportatrices ?

Les réponses préalables à ces questions, celles que nous tenterons de confirmer ou d'infirmer à travers notre étude sont les suivantes :

H1 : les pouvoirs publics ont mis en place diverses politiques et divers organismes d'appui à l'exportation hors hydrocarbures, cependant la contribution de ces derniers à l'incitation à l'exportation hors hydrocarbures demeure marginale.

H2 : Le chevauchement des missions des institutions et organismes en charge de la promotion des exportations et l'absence de coordination sur le terrain des opérations ont fait que les efforts fournis n'ont pas réussi à surmonter les difficultés entravant l'exportation hors hydrocarbures en Algérie.

H3: La non performance de l'environnement des affaires (institutionnel et réglementaire) réduit la compétitivité des entreprises et décourage leur processus d'internationalisation.

Dans notre travail de recherche nous avons privilégié deux approches méthodologiques, la première consiste en une étude historique et descriptive qui traite les fondements du commerce international et l'évolution du commerce extérieur en Algérie. La deuxième est une approche analytique consistant à l'analyse, d'une part, les contraintes et les risques inhérents au processus d'exportation des entreprises algériennes, et d'autre part l'analyse de l'impact de la politique nationale de promotion des exportations hors hydrocarbures sur ces dernières. Pour cela nous envisagerons de réaliser une enquête par questionnaire auprès d'un échantillon d'entreprises dans la wilaya de Bejaïa.



Donc notre travail s'articulera autour de quatre chapitres : le premier sera consacré aux fondements théoriques du commerce international, le deuxième concernera l'évolution du commerce extérieur algérien ainsi que la structure des exportations en Algérie, dans le troisième chapitre nous étudierons les politiques de la promotion d'exportation hors hydrocarbure en Algérie après avoir identifié les risques et les contraintes liés au processus d'exportations. Enfin, le dernier chapitre correspondra à une enquête de terrain faite au niveau de quelques entreprises dans la wilaya de Bejaïa, pour identifier les principales difficultés auxquelles elles sont exposées, leurs impressions sur les mesures des pouvoirs publics pour l'incitation à l'exportation ainsi que leurs attentes en matière d'appui et d'accompagnement pour l'export.

## **Chapitre I: Aspects théoriques et fondements du commerce international**

### **Introduction**

Le commerce international est né du besoin ressenti par les hommes de faire des échanges au-delà des frontières géographiques, linguistiques, raciales ou religieuses, en raison de la diversité dans la répartition des richesses. Il s'agissait quelquefois d'une question de survie. En effet, des ressources nécessaires à l'économie de certains pays, des biens indispensables parfois pour une stabilité sociale, mais non disponibles sur place, devaient être acheminés en provenance d'autres pays.

Le besoin de complémentarité ressenti initialement entre les nations s'est transformé rapidement, en fonction des rapports de forces, en une volonté de main mise sur l'ensemble des richesses mondiales par les Etats les plus forts (colonisation, domination...). Cette évolution historique a contribué à l'émergence d'un capitalisme florissant qui a su développer en parallèle une base industrielle solide et des techniques modernes pour améliorer grandement les rendements dans l'agriculture<sup>1</sup>.

Les pays s'engagent dans le commerce international pour deux raisons fondamentales, raisons à la contribution aux gains qu'ils retirent de l'échange. D'abord, ils s'engagent dans le commerce extérieur parce qu'ils sont différents les uns des autres. Les nations tout comme les individus peuvent, en effet, bénéficier de leurs différences en s'arrangeant de sorte que chacune se consacre à ce qu'elle fait relativement le mieux. En second lieu les pays s'engagent dans le commerce international en vue de réaliser des économies d'échelle de production. En effet, si chaque pays produit seulement un registre limité de biens, ces derniers se trouveront produits à une échelle encore plus grande que s'il essayait dès les produire tous. Dans le monde réel la structure des Échanges internationaux reflète ces deux motifs.

Ce chapitre comprend trois sections : une première sera consacrée à l'essentiel des théories du commerce international. Dans la deuxième nous mettrons en relief les différents politiques commerciales, et dans la troisième section nous étudierons l'intégration régionale.

---

<sup>1</sup> Sabiha BOUCHATAL, Le commerce international : Paiement, financement et risques y afférents, Mémoire de fin d'études en vue de l'obtention du diplôme supérieur des études bancaires, Ecole supérieure de banques, Algérie, décembre 2003, P.1.

### Section 1 : Les théories du commerce international

Cette section s'attache à montrer que de nos jours, les théories économiques de l'échange international ont encore bien plus de forces explicatives pour donner un éclat sur certains traits essentiels du commerce international. Dans cette section, nous retrouvons deux grandes approches théoriques qui décrivent rigoureusement les mécanismes sur lesquels est fondé le commerce international. La première approche basée sur les théories traditionnelles qui prédisent les répercussions du commerce entre les pays dont la base de ressources est différente. Ces prédictions peuvent s'appliquer au commerce entre les pays développés et les pays en développement. La deuxième, que l'on appelle dans la littérature « les nouvelles théories du commerce international », regroupe les théories plus récentes qui décrivent le commerce entre les pays développés ayant des bases de ressources semblables. Selon cette théorie, la rareté relative des ressources sur un territoire ne suffit pas à expliquer l'internationalisation de la production et des échanges.

#### 1.1. Les théories traditionnelles du commerce international

Le commerce international a fait l'objet d'une analyse scientifique au tournant du XVIIIème siècle, s'opposant à la doctrine mercantiliste alors en vigueur, qui voyait là, un jeu à somme nulle<sup>1</sup>. Amorcée par « le père de l'économie politique », Adam Smith, cette nouvelle analyse du commerce international, visant à montrer au contraire que le commerce entre nations procure un gain net, sera approfondie par David RICARDO, puis au XX<sup>ème</sup> siècle par Eli HECKSCHER, Bertil OHLIN et Paul SAMUALESON.

##### 1.1.1. Les mercantilistes

Il n'existe pas de « théorie mercantiliste », en termes de relations économiques internationales proprement dite, mais des préceptes, des lois et des normes, qui permettent aux Etats et aux Royaumes ne disposant pas de mines d'or et d'argent, d'atteindre un solde positif de la balance des paiements. Pour atteindre ce résultat et s'approprier de l'or et de l'argent, étant donné que les métaux précieux et la thésaurisation sont l'essence de la richesse, les mercantilistes proposent un ensemble de mesures détaillées et précises. Pour les importations, ils proposent de les réduire au maximum. Pour ce faire, l'Etat instaure des droits de douanes à l'importation, des contingentements et des subventions aux entreprises. Pour ce qui est des exportations, ils proposaient d'augmenter les exportations de produits manufacturés de réduire toute sortie de matières premières et d'interdire celle de métaux,

---

<sup>1</sup> Stephane BECUWE, Commerce international et politiques commerciales, Ed. Armand Colin, France, 2006, P.12.

tout en précisant que le commerce extérieur doit être réservé aux nationaux pour éviter toute sortie de métaux hors du Royaume<sup>1</sup>.

### 1.1.2. Théorie d'Adam Smith sur les avantages absolus

Smith (1776)<sup>2</sup> souligne que chaque pays a intérêt à se spécialiser dans les productions où il possède un avantage absolu en matière de productivité et à acquérir à l'étranger les produits où il est en infériorité absolue (toujours en matière de productivité). En d'autres termes, chaque pays a intérêt à se spécialiser dans le bien pour lequel il est le plus efficace, afin de pouvoir importer à un prix avantageux les biens pour lesquels il est le moins efficace. Toutefois, la théorie de l'avantage absolu ne peut expliquer à elle seule qu'une partie du commerce international. En effet, le problème se pose lorsque des pays ne possèdent pas d'avantages absolus. D'où, la référence à la notion d'avantages comparatifs développée par David Ricardo.

Pour montrer les bienfaits d'un libre commerce entre les nations, Smith avance plusieurs arguments:

- Le commerce extérieur permet d'écouler les excédents et de se procurer en échange des biens utiles pour lesquels existe une demande : « Donnez-moi ce dont j'ai besoin, et vous aurez de moi ce dont vous avez besoin vous-mêmes »<sup>3</sup>.
- Le commerce international stimule la division du travail, le commerce élargit les débouchés pour chaque type de production, permettant ainsi de pousser plus loin la division du travail.
- Le miracle de la multiplication de vin et de draps. Cependant, ces bienfaits supposent que chaque pays joue le jeu de la spécialisation en développant les activités où il dispose d'un avantage absolu. Celle où le coût par l'unité produite est inférieur à ce qu'il est à l'étranger, et qu'il abandonne celles où les coûts (absolus) sont plus élevés. Cette proposition est connue sous le nom de principe de l'avantage absolu, tout simplement parce qu'elle fonde la spécialisation sur la comparaison (de pays à pays) des niveaux absolus des coûts de production<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup>Alain SAMUELESON, Les grands courants de la pensée économique, 2<sup>ème</sup> édition, Ed. OPU, Paris, 1991, P.26.

<sup>2</sup>Jean-Louis MUCCHIELLI et Thierry MAYER, Economie internationale, Ed. Dalloz, Paris, 2005, P. 115.

<sup>3</sup> Adam SMITH, Recherche sur la nature et les causes de la richesse des nations, Ed. Gallimard, Paris, 1976, P.48.

<sup>4</sup> Ibid.

### 1.1.3. Théorie des avantages relatifs ou comparatifs de David Ricardo

Le model de David Ricardo<sup>1</sup> n'est pas le premier historiquement mais c'est l'un des plus célèbres. Il a montré que le commerce international est fondé, non sur les différences, de pays à des coûts absolus, mais sur celle des coûts comparatifs : « le commerce entre deux pays peut être bénéfique entre les deux pays si chaque pays exporte les biens pour lesquels il possède un avantage comparatif »<sup>2</sup>. Ricardo, en corrigeant l'idée de Smith relative à l'avantage absolu, montre, dans son ouvrage « Des principes de l'économie politique et de l'impôt », que même la participation d'un pays désavantagé dans tous les biens est à l'origine d'un gain net. Les pays doivent se spécialiser dans la production dans laquelle ils disposent d'un avantage comparatif. L'avantage comparatif est donné par la productivité du travail, un pays se spécialise dans la production du bien pour lequel la production du travail est la plus élevée. Ce pays ne réalise plus qu'une seule production, il vend une partie de sa production à l'étranger, et la recette de ces exportations lui permettra de payer son importation, il peut donc se procurer ceux qu'il n'a pas. Le commerce international devient interbranche, on achète à l'étranger ce qu'on ne produit pas dans notre pays (échanges de produits différents). Ricardo suppose que les savoir-faire sont difficilement exportables. Or, une meilleure productivité dépend essentiellement des savoir-faire. Selon sa théorie, nul n'a besoin d'avoir un avantage absolu. Un pays va se spécialiser dans une production pour laquelle il a une meilleure productivité ou la productivité la moins pire par rapport à ses concurrents. Il peut ainsi améliorer la productivité d'un produit en abandonnant une production peu rentable. Ricardo démontre aussi que l'ouverture des frontières permet un rééquilibrage automatique de la balance des paiements. Un pays désavantagé dans toutes les activités peuvent exporter : principe d'avantage comparé. Ce principe combine l'idée du coût d'opportunité à celle de l'ajustement des balances de paiements par les variations du taux de change.

### 1.1.4. Le Modèle Heckscher-Ohlin-Samuelson (HOS)

La théorie classique du commerce international justifie la spécialisation et l'échange par l'existence de différences de productivité entre les pays. La théorie néoclassique du commerce international, développée par les Suédois Heckscher et Ohlin dans les années 30 du XX<sup>ème</sup> siècle, puis complétée par Samuelson dans les années 40, donne une autre justification de la spécialisation et du commerce international. Le modèle Heckscher-Ohlin-Samuelson

---

<sup>1</sup> David Ricardo (1772-1823) apparaît comme le père du raisonnement déductif en économie. Il pratique le raisonnement différentiel. Il justifie théoriquement le libre-échange en avançant l'argument de la spécialisation sur la base des avantages comparatifs.

<sup>2</sup> Paul KRUGMAN et Maurice OBSTFELD, Economie internationale, 4<sup>ème</sup> Ed. De Boeck, Paris, 2003, P.15.

(HOS)<sup>1</sup> fonde l'échange international sur les différences de dotations en facteurs de production. On appelle parfois ce modèle la théorie des proportions de facteurs, ou encore modèle factoriel.

Il s'agit du prolongement de la théorie de Ricardo, elle s'intéresse aux deux facteurs de production : le capital et le travail. Selon les économistes suédois « Heckscher (1919) et Ohlin (1933) »<sup>2</sup>, les pays se spécialisent dans la fabrication de biens qui intègrent des facteurs de production en abondance sur leur territoire national. Les pays développés à économie de marché (PEM) sont des pays riches en capital et en main d'œuvre qualifiée ; ils se spécialisent dans la production des biens à forte valeur ajoutée. Les pays en développement (PED) possèdent une main d'œuvre abondante à bon marché et sont pauvres en capital ; ils se spécialisent dans les activités manufacturières, bien à faible valeur ajoutée. Ces productions sont exportables car le coût des facteurs de production est faible. Selon Samuelson (1962)<sup>3</sup>, les facteurs incorporés dans ces productions vont voir leur coût progressivement augmenter : leur utilisation intensive va générer de la rareté. La rémunération des facteurs de production aura donc à terme tendance à converger entre les différents pays participant au commerce international. En effet, dans l'hypothèse où les facteurs de production sont mobiles, la spécialisation en fonction de la dotation en facteurs de production conduit à une égalisation des revenus des différents facteurs de production. Comme Ricardo, ces auteurs supposent l'immobilité internationale des facteurs de production. Les facteurs sont par contre substituables et les technologies sont identiques entre les pays. Les économies sont spécialisées dans quelques biens, c'est aussi un commerce interbranche.

### 1.2. Les nouvelles théories du commerce international

La première explication du commerce international est due à Adam Smith qui fonde les échanges internationaux sur des avantages absolus de coût (un pays exporte s'il produit moins cher que les autres). Cette analyse comporte une limite évidente : une nation ne disposant d'aucun avantage absolu ne peut participer au commerce international. Les théories traditionnelles, celle de Ricardo et du modèle HOS, en dépit de leur différence considérable

---

<sup>1</sup>Paul KRUGMAN and al, Economie internationale, 7<sup>ème</sup> édition, Ed. Pearson Education, Paris, 2006, P.52.

<sup>2</sup> La loi des proportions de facteurs et de théorème HOS sont issus des apports successifs des deux économistes suédois : E.Heckscher et B .Ohlin, prix Nobel d'économie en 1977.

<sup>3</sup>Paul Samuelson, économiste américaine, prix Nobel d'économie en 1970, son théorème constitue la base et l'angle théorique privilégié pour analyser et expliquer les aspects distributifs du commerce international.

dans leur explication des échanges internationaux, reposent sur deux piliers communs : une définition identique de la nation et le recours au principe des avantages comparatifs<sup>1</sup>.

Ces théories traditionnelles ont fait l'objet, au fil du temps, de critiques et de remises en cause diverses sur de nombreux points, certains marginaux, d'autres fondamentaux. Cependant, les différentes critiques sont restées pour l'essentiel lettre morte, en grande partie parce que aucune théorie alternative incorporant de nouvelles hypothèses n'a pu être élaborée<sup>2</sup>. Donc c'est à partir des années 1960 que de nouvelles analyses du commerce international ont été développées, ce qu'on appelle les nouvelles théories du commerce international, qui sont très favorables à l'ouverture internationale et qui valorisent l'intervention des pouvoirs publics.

Parmi les nouvelles théories : celle des coûts de transactions, la théorie de Hymer, la théorie du cycle de vie du produit, la théorie de paradigme OLI.

### 1.2.1. La théorie des coûts de transactions ou théorie de Williamson

Les coûts de transactions englobent tous les coûts liés à la réalisation de la transaction ou l'échange sur le marché. Il existe, en raison de l'imperfection des marchés et concernant les coûts de recherche d'information, de rédaction et de négociation des contrats, de contrôle et de surveillance ... Tous ces coûts incitent la firme à chercher la forme d'organisation la plus optimale avec des coûts de transactions les plus faibles possibles.

Cependant, O. Williamson<sup>3</sup> définit les coûts de transactions comme les coûts de fonctionnement du système économique, ce dernier entend dégager l'idée simple que dans n'importe quelle activité économique de l'entreprise, il existe des coûts automatiquement associés. La théorie de Williamson, avant tout, basée sur l'entreprise, postule qu'il faut minimiser ces coûts afin que l'entreprise puisse produire le bien de manière optimale.

L'enjeu est donc de trouver la meilleure organisation possible de l'entreprise pour produire ce bien. Williamson, reprenant une idée de Ronald Coase<sup>4</sup>, considère que l'entreprise n'est pas seulement une fonction de production mais une structure de gouvernance qu'il faut savoir exploiter. Tout l'enjeu est de savoir utiliser, selon la situation, soit le marché, soit l'entreprise pour produire ce bien aux moindres coûts.

---

<sup>1</sup> Michel RAINELLI, La nouvelle théorie du commerce international, 3<sup>ème</sup> édition, Ed. La Découverte, Paris, 2003, P.7.

<sup>2</sup> Ibid.

<sup>3</sup> Samy JOST, « La théorie des coûts de transaction de Williamson et la surveillance des banques dans l'Union Européenne », Revue Europa, n°27, 2004, P. 35.

<sup>4</sup> Ronald H. COASE, prix Nobel en économie 1991 avec l'article « The nature of the firm ».

### 1.2.2. Théorie de Hymer

La théorie initiale d'internationalisation a été développée par Hymer (1960,1976)<sup>1</sup> sur la base des travaux de Coase<sup>2</sup> (1952). Hymer fait l'hypothèse que les entreprises qui possèdent des avantages oligopolistiques peuvent en profiter pour compenser les coûts et les risques que suppose la production à l'étranger et rivaliser aussi avec les entreprises du pays d'accueil.

Hymer résume les fondements de cette théorie dans les termes suivants :

« A la coordination par le marché, les firmes multinationales (FMN) préfèrent la coordination et l'harmonisation réalisée au sein d'une administration de société parce que ce système économise les coûts. Si les marchés étaient parfaits et si la firme pouvait acheter tout ce dont elle a besoin à un prix établi, résultant de la concurrence, l'incitation à l'investissement direct serait très faible. Mais là où les marchés sont imparfaits, où les prix fluctuent, où les informations sont rares et où l'oligopole règne, le système de la société multinationale et la suppression de la fragmentation verticale devient un moyen d'atténuer le manque d'efficacité et de gaspillage. En pareil cas, en prenant pied à l'étranger et en augmentant son indépendance, la firme réduit l'incertitude et les dangers de la concurrence »<sup>3</sup>.

Sur cette base Hymer tire deux principales conclusions : les FMN intègrent leurs activités verticalement en investissant dans la production des matières premières et s'implantent à l'étranger dans les industries de transformation.

### 1.2.3. La théorie du cycle de vie du produit

En 1966, Raymond Vernon<sup>4</sup> combine l'évolution de la nature de produit, tout au long de son cycle de vie avec les évolutions du commerce international. Un produit au cours de son extension connaît une succession d'étapes caractéristiques qui rythment sa vie. Raymond Vernon prolonge la théorie de l'écart technologique en analysant les causes de l'innovation et les modalités de sa diffusion internationale, Naissance, croissance, maturité, déclin.

Dans sa première phase (naissance), le produit est intensif en technologie ; son développement et sa production de masse nécessite une forte intensité en capital, cette première phase du cycle de production n'engendre pas de commerce international : le produit est fabriqué et consommé dans le pays d'origine de l'innovation. Lors de la

---

<sup>1</sup> Brahim ALLALI, Vision des dirigeants et internationalisation des PME marocaines et canadiennes du secteur agro- alimentaire, Thèse de Doctorat en Administration, Université HEC Montréal, 2003, P.13.

<sup>2</sup> Coase (1952) a été le premier à remarquer les opérations sur le marché ont un coût et que l'organisation interne de la firme peut permettre d'assurer une production efficiente.

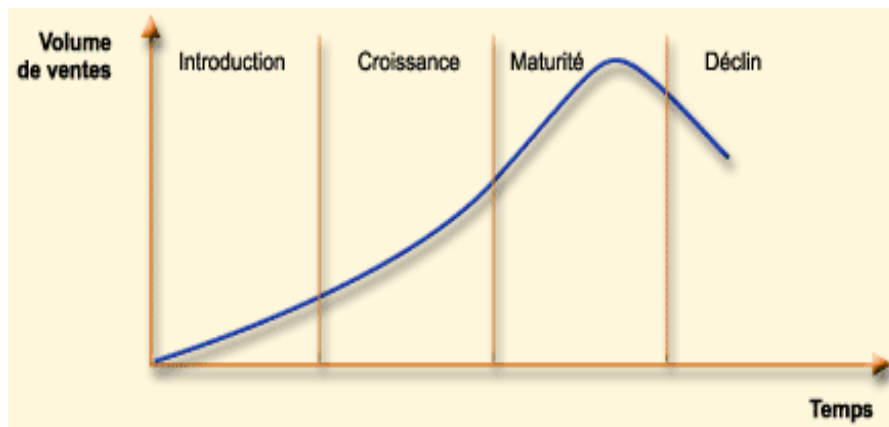
<sup>3</sup> Brahim ALLALI, OP. cit. P.13.

<sup>4</sup> Jean - Louis MUCCHIELLI, Principe d'économie internationale, Ed. Economica, Paris, 1989, P.39.



deuxième phase (croissance), les exportations des pays innovateurs vers ses partenaires développés apparaissent et se multiplient. Le produit se stabilise en termes technologique ; les prix diminuent, le producteur va chercher à étendre son marché. Lors des deux dernières phases, (maturité, déclin), les flux des échanges s'inversent. Le pays innovateur devient importateur et les pays développés imitateurs deviennent exportateurs car le produit s'est banalisé. La firme innovatrice l'abandonne progressivement pour se consacrer à de nouveaux produits ; la demande nationale devient saturée et la demande résiduelle est satisfaite par des importations, tandis qu'une nouvelle demande pour des produits d'une nouvelle génération apparait. Le produit banalisé devient intensif en main d'œuvre peu qualifiée et les coûts de production sont déterminants dans un marché globalisé et concurrentiel. Progressivement, la fabrication de ces produits va se délocaliser vers des pays en développement répondant à ces caractéristiques de coûts.

**Graphique N°1** : cycle de vie d'un produit



Source : Jean louis MUCCHIELLI, Principe d'économie internationale, Ed. Economica, Paris, 1989, P.39.

### 1.2.4. La théorie éclectique ou le paradigme OLI

Rédigée par John Dunning au début des années quatre-vingt cette théorie fusionne plusieurs approches en vue d'expliquer les motifs qui exhortent une entreprise à transférer leurs activités vers un pays tiers. Selon l'auteur la quantité produite, la répartition géographique et l'organisation universelle des activités de production demeurent tributaires des éléments (avantages) ci-après <sup>1</sup>:

- Avantage spécifique : est la possession par l'entreprise d'actifs incorporels susceptibles d'être exploités de manière rentable à une échelle relativement large (la technologie, brevets, droits d'auteur, compétences, noms de marque, réseaux de

<sup>1</sup> Saddek KHAFALLAH, L'impact des sur la croissance économique dans les pays, Maroc- Algérie -Tunisie, entre la période 1990-2009, Mémoire de Magistère en Sciences Economiques, Université de Tlemcen, 2010, P, 22.

commercialisation...).

- Avantage à la localisation : est l'existence d'un avantage à utiliser ces actifs pour produire dans plusieurs pays plutôt que d'exporter à partir d'une production dans le seul pays d'origine, pour la nécessité d'une présence physique sur les marchés étrangers pour y être compétitif (industries de service), dans l'intérêt d'une division internationale du processus productif pour tirer profits des différences des prix et des salaires. La délocalisation peut aussi répondre à une volonté de contourner les entraves au commerce (frais de transport des produits, protectionnisme commercial du pays d'accueil) ou permettre une meilleure adaptation au marché (proximité des consommateurs, ajustement aux normes locales, meilleure connaissance des concurrents locaux).
- Avantage à l'internalisation permet d'éviter les coûts associés aux transactions entre sociétés indépendantes, (coûts de passation des contrats et de garantie de la qualité). Elle assure un meilleur contrôle sur l'utilisation des technologies, et évite sa sous-évaluation par le marché.

Ainsi, l'investissement direct étranger, comme mode de pénétration du marché étranger, est choisi lorsque la firme réunit simultanément les trois types d'avantages. S'il n'y a pas d'avantage à la localisation mais seulement un avantage spécifique et un avantage à l'internalisation, la firme garde la maîtrise de la pénétration du marché étranger en y exportant et en établissant son propre réseau de vente. Enfin, si la firme ne possède qu'un avantage spécifique, elle effectue alors une vente de licence auprès d'une entreprise locale et lui laisse le soin d'exploiter le marché de son pays<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Riva BOUVERET et Suissa MERVERT, PME : conquérir des parts de marché à l'international, Ed. Dunod, Paris, 2010, P.45.

## Chapitre I: Aspects théoriques et fondements du commerce international

Tableau N°01 : Paradigme OLI et modes de pénétration des marchés étrangers

Modes de pénétration de marchés étrangers	Avantage spécifique « O »	Avantage à la localisation « L »	Avantage à l'internalisation « I »
Investissement direct étranger	+	+	+
Exportation	+	-	+
Vente de licence	+	-	-

Source : Riva BOUVERET et Suissa MERVERT, PME : conquérir des parts de marché à l'international, Ed. Dunod, Paris 2010, P.46.

À l'exposé des théories du commerce international, nous avons de l'intérêt afin de comprendre dans quelle mesure les modèles théoriques en commerce international permettent-ils d'expliquer la réalité des échanges. Les modèles ricardiens, tout en restant essentiels pour comprendre les implications des différences technologiques, sont sans doute trop simples pour expliquer les caractéristiques réelles du commerce international. En ce qui concerne le modèle de dotations factorielles (HOS), ce cadre n'est, également, longtemps pas paru très pertinent empiriquement, jusqu'à ce que le développement des échanges avec les pays émergents lui apporte une nouvelle validation. Pour ce qui est de la nouvelle théorie commerciale, elle est très favorable à l'ouverture internationale et autorise un gouvernement à intervenir dans les échanges afin d'aider ses entreprises à capter une partie de la rente ou à pénétrer sur un marché. En se spécialisant et en prenant part du commerce mondial chaque pays multiplie ses avantages, ce n'est pas essentiellement parce qu'un pays est plus compétitif dans un produit qu'il exporte, mais c'est surtout en expliquant qu'il devient plus compétitif.

### Section 2 : Les politiques commerciales dans le commerce international

Pour isoler l'activité nationale des effets de la concurrence étrangère, les Etats mettent en œuvre des politiques commerciales (instauration de droits de douane, de contingents, de subventions, de normes, etc.). L'impact de telles mesures sur le bien-être du pays protégé dépend de sa taille et du degré de protection. Bien qu'a priori, le libre-échange apparaisse comme le système optimal, le protectionnisme est largement utilisé, surtout dans les périodes

de crise et de mutation. Depuis le premier choc pétrolier (1973)<sup>1</sup>, les efforts en faveur du libéralisme (GATT puis OMC) se heurtent à un maintien des politiques commerciales nationales. Mais à la solution du repli national, la voie de l'intégration régionale (zones de libre-échange ou unions douanières) est préférée pour se protéger dans une certaine mesure de la concurrence des pays tiers.

Dans cette section nous allons présenter deux grands types de politiques commerciales : protectionnisme et libre-échange.

### **2.1. Le protectionnisme**

Le protectionnisme est à la fois une doctrine selon laquelle il est nécessaire de protéger la production nationale contre la concurrence étrangère, et une politique des échanges internationaux qui instaure des mesures tarifaires ou réglementaires destinées à limiter les importations.

Dans son sens le large, la protection peut être définie comme l'application de mesures visant à créer des distorsions sur le marché intérieur et les marchés internationaux et à modifier l'importance ou l'orientation des flux de produits ou de facteurs sur ces marchés<sup>2</sup>.

#### **2.1.1. Les instruments du protectionnisme**

Il existe plusieurs instruments du protectionnisme à savoir :

##### **2.1.1.1. Les barrières tarifaires**

Les barrières tarifaires constituent principalement des droits de douane ou des taxes prélevées sur les marchandises lors de leur passage aux frontières. Les douaniers surveillent les entrées sur le territoire national essentiellement pour cette raison. La taxe agit sur le prix du produit étranger vendu sur le marché intérieur. Les consommateurs nationaux sont dissuadés d'acheter ces produits étrangers jugés trop coûteux et préfèrent acheter la production locale.

---

<sup>1</sup>Les hausses de prix du pétrole qui surviennent en 1973-1974 méritent le qualificatif de choc au sens économique du terme : non seulement ces perturbations pouvaient difficilement être anticipées (au moins par leurs ampleurs), mais en plus elles ont eu un impact important sur les performances macroéconomiques des pays les plus avancés.

<sup>2</sup> René SANDRETTO, Le commerce international, 4<sup>ème</sup> édition, Ed. Armand Colin, Paris, 1989, P.153.

### 2.1.1.2. Les barrières non tarifaires

Ce type de barrières regroupe plusieurs instruments qui sont :

- **Les prohibitions commerciales** sont des interdictions d'importer certains produits. Ces prohibitions reposent parfois sur des raisons sanitaires (ex : interdiction d'importer en France de la viande bovine durant la crise de la « vache folle »), parfois pour des raisons religieuses (interdiction d'importer de l'alcool en Arabie Saoudite), parfois pour des raisons morales (armes, drogues...) ou écologiques (animaux exotiques).
- **L'embargo**, c'est-à-dire la suspension des exportations d'un ou plusieurs produits (voir la totalité), vers un Etat à titre de sanction, de représailles<sup>1</sup>. Fait également partie des mesure d'embargo l'interdiction du commerce des armes avec certains pays.
- **Le contingentement** est un quota d'importation qui limite arbitrairement l'entrée des marchandises. L'autorisation d'importer n'est valable que pour un nombre réduit de produits<sup>2</sup>.
- Pour des raisons politiques, un Etat peut interdire les importations en provenance d'un pays. Les Etats-Unis utilisent parfois cette arme à l'encontre de pays jugés dangereux.
- **Le blocus**. L'embargo doit être distingué du blocus qui est un acte de guerre (réglementé par la convention de Paris de 1856 et de Londres de 1909). Il s'agit non seulement de ne plus commercer avec un Etat, mais de l'isoler du reste du monde en empêchant les pays tiers au blocus (pays neutres) de commercer avec lui. Le blocus implique donc l'interdiction de toute entrée ou toute sortie de marchandise du pays bloqué quelle que soit l'origine et la destination (y compris de navires, camions)<sup>3</sup>.

### 2.1.1.3. Les mesures para tarifaires

Ce sont les subventions à l'exportation, sous la forme par exemple, d'exemptions de charges diverses, d'avantages fiscaux accordés aux exportateurs (protectionnisme fiscal), ou encore des crédits subventionnés qui soutiennent les exportations sous forme de prêts bonifiés accordés aux acheteurs étrangers etc. Cette pratique est d'un usage constant dans l'industrie aéronautique, civile et militaire, les crédits subventionnés ont toutefois des effets différents des subventions usuelles aux exportations, puisque les avantages ne sont pas accordés

---

<sup>1</sup> Exemple : Si un pays concurrent a pris des mesures protectionnistes, on exerce des représailles en augmentant les tarifs douaniers.

<sup>2</sup> Durant le gouvernement de la république française « Edith Cresson » du 15 mai 1991 au 2 avril 1992, les magnétoscopes japonais ont été contingentés.

<sup>3</sup> René SANDRETTO, op.cit.P.154.

exclusivement à des agents domestiques (les exportateurs), mais peuvent l'être aussi à des agents non-résidents (les acheteurs étrangers)<sup>1</sup>.

### **2.1.1.4. Les restrictions volontaires aux exportations**

Une alternative au quota d'importation est la restriction volontaire aux exportations (RVE). Il s'agit d'un quota sur le commerce imposé non pas par le pays importateur mais par l'exportateur lui-même. L'exemple dans les années 1980 des exportations d'automobiles japonaises vers les marchés américains et européens. Bien souvent, les RVE sont imposées à la demande du pays importateur, et acceptées par l'exportateur afin de prévenir toute autre restriction plus défavorable. D'un point de vue économique, une RVE est identique à un quota d'importation, où les licences d'exportation sont distribuées aux autorités étrangères. Son coût est donc très important pour les pays importateur, et toujours plus élevé et celui d'un droit de douane<sup>2</sup>.

### **2.1.1.5. Les règlements administratifs**

Des règlements très pointilleux peuvent décourager les exportateurs étrangers. Les Japonais utilisent cette forme de protectionnisme déguisé en utilisant des normes de sécurité excessives. La France impose des modes d'emploi en langue française, alors que beaucoup de pays n'utilisent que la langue anglaise.

### **2.1.1.6. Les dépréciations monétaires volontaires**

Le contrôle de la valeur externe de la monnaie peut être utilisé à court terme pour influencer le solde courant. La sous-évaluation réelle de la monnaie offre un supplément de compétitivité qui dynamise les exportations et freine les importations. Si aujourd'hui la pratique des dévaluations compétitives est largement abandonnée et s'il est de plus en plus difficile d'influencer le cours de change en régime de flottement, certains désajustements persistent au niveau mondial<sup>3</sup>.

### **2.1.1.7. L'esprit patriotique**

Certains Etats diffusent un esprit protectionniste dans leur population. C'est le cas du Japon. Le consommateur japonais est réticent à acheter des produits étrangers.

## **2.1.2. Les effets des politiques commerciales protectionnistes**

Les conséquences des différentes politiques commerciales protectionnistes sont

---

<sup>1</sup> Lahsen ABDELMALKI et René SANDERETTO, Politiques commerciales des grandes puissances, 1<sup>ère</sup> édition, Ed. de Boeck, Bruxelles, 2011, P.50.

<sup>2</sup> Paul KRUGMMAN et Maurice OBSTFELD, Economie internationale, 8<sup>ème</sup> édition, Ed. Person Education, France, 2009, P.198.

<sup>3</sup> Exemples sur les dépréciations monétaires volontaires : le cas de la Chine lorsqu'elle est accusée de maintenir sa monnaie (le yuan) à un niveau artificiellement bas. Et aussi dans le cas des États-Unis accusés de laisser le cours de leur monnaie baisser afin de favoriser le dollar au détriment de l'euro.

## Chapitre I: Aspects théoriques et fondements du commerce international

résumées dans le tableau suivant. Dans celui-ci nous comparons entre les effets des quatre principales mesures protectionnistes sur le bien être des consommateurs, des producteurs, des pouvoirs publics et de la nation dans son ensemble.

A l'évidence, ce tableau n'est pas un plaidoyer en faveur de la protection commerciale. Chacun des quatre instruments de politique commerciale bénéficie aux producteurs, au détriment des consommateurs. Leur effet global sur l'économie est, au mieux, ambigu. Les droits de douanes et les quotas d'importation profitent aux grands pays, capables d'influer sur une baisse des prix mondiaux. Les deux autres mesures sont, quant à elles, néfastes pour le bien être de l'économie<sup>1</sup>.

**Tableau N°02 : les effets des différentes politiques commerciales**

	Droit de douane	Subvention aux exportations	Quota d'importation	Restriction volontaire aux exportations
Surplus du producteur	Augmente	Augmente	Augmente	Augmente
Surplus du consommateur	Diminue	Diminue	Diminue	Diminue
Recettes publiques	Augmentent	Diminuent (les dépenses publiques augmentent)	Inchangées (rentes aux détenteurs de licences)	Inchangées (rentes aux étrangers)
Bien-être domestique	Ambigu (diminue pour les petits pays)	Diminue	Ambigu (diminue pour les petits pays)	Diminue

**Source :** Paul KRUGMAN et Maurice OBSTFELD « Economie internationale » 8<sup>ème</sup> édition, Ed. Pearson Education, France, 2009, P.201.

### 2.1.3. Les motivations du protectionnisme

Les raisons expliquant le recours au protectionnisme sont variés parmi lesquelles nous pouvons citer :

#### 2.1.3.1. La théorie du « protectionnisme éducateur » de Friedrich List (1789-1846)

<sup>1</sup> Paul KRUGMAN et Maurice OBSTFELD (2009), Op.cit. P.200.

Dans son ouvrage<sup>1</sup> « système national d'économie politique », Friedrich List<sup>2</sup> prendra en considération l'inégalité de développement des différentes nations. Il justifie un «protectionnisme éducatif» : les premiers producteurs d'une « jeune nation » opèrent avec des coûts supérieurs à ceux des concurrents étrangers déjà installés dans la production. Sans protection, aucune industrie nationale ne pourrait donc se développer, les importations étant toujours à des prix inférieurs aux coûts de production locaux. Il est donc indispensable de protéger les débuts d'une industrie, afin qu'elle puisse survivre. Il s'agit donc d'une protection transitoire appelée à disparaître. Pour List, «la protection douanière est notre voie, le libre-échange est notre but».

### 2.1.3.2. Théorie de l'industrie sénescence de N.KALDOR (1908-1986)

C'est à l'américain Nicolas Kaldor<sup>3</sup> que l'on doit une approche similaire à celle de Friedrich List mais en ce qui concerne les industries vieillissantes. Il s'agit dans ce cas de protéger des entreprises affaiblies par un système de production obsolète et qui peinent à affronter la compétition mondiale, le temps pour elle de se moderniser. On parle alors de protectionnisme défensif, l'objectif est de protéger temporairement les industries vouées à disparaître. Afin de donner le temps aux entreprises concernées et aux pouvoirs publics de réallouer efficacement les facteurs de production concernés ou considérés comme stratégiques (armement, nucléaire), de défendre des emplois menacés, de réduire le déficit commercial en limitant les importations.

### 2.1.3.3. La politique commerciale stratégique

Ce courant théorique intègre la concurrence imparfaite (économies d'échelle, oligopoles, externalités...) dans l'analyse du commerce international et justifie la protection dans certaines configurations de marché relativement restreintes. Un tarif peut se justifier pour réduire la rente d'une entreprise étrangère en position de monopole sur le marché national.

Une subvention à l'exportation peut se justifier pour donner un avantage à une entreprise nationale sur un marché oligopolistique « à la Cournot »<sup>4</sup>. L'intervention de l'État peut aussi permettre, par des subventions à l'investissement, de s'imposer sur un marché où il n'y aurait de place que pour une seule firme (aéronautique gros porteur). Mais la possibilité de représailles efface ici le gain pour l'économie nationale et débouche sur des équilibres non

---

<sup>1</sup> 1841 : publication par F. List de l'ouvrage *Système national d'économie politique*.

<sup>2</sup> Nicolas BARDOS, « Théorie économique et le libre échange », *Revue GRESEA Echos*, 6 mars 2003, P.7.

<sup>3</sup> Ibid.

<sup>4</sup> La Cournot est un modèle économique utilisé pour décrire une structure industrielle dans laquelle les entreprises sont en concurrence par rapport à leurs volumes de production. Elles décident de ces volumes indépendamment les unes des autres, et ce à un même instant.



coopératifs comme sur le marché de l'aéronautique avec un conflit permanent entre Boeing et Airbus<sup>1</sup>.

### 2.1.3.4. L'argument de la préservation de l'environnement

Les désastres écologiques répétés, la multiplication des navires poubelles, les marées noires, la déforestation sont autant de faits patents, qui alimentent l'hostilité au libre échange des mouvements antimondialisation. L'expansion des échanges internationaux qui accompagne le libre-échange accroit, en effet, la consommation énergétique, favorise la migration des activités les plus polluantes vers les pays « moins disant » en matière de protection environnementale et incite au développement de pratiques de « dumping environnemental »<sup>2</sup>. L'impact du libre-échange sur l'environnement est cependant beaucoup moins simple qu'il ne paraît à première vue. « L'effet d'échelle »<sup>3</sup> peut, en effet, être contrarié par l'effet de composition du commerce, qui élargit les possibilités pour chacun des pays d'importer et d'exporter des biens, des équipements, des procédés techniques plus propres<sup>4</sup>.

### 2.1.4. Les effets négatifs du protectionnisme

La politique de protectionnisme menée par les Etats engendre des effets négatifs sur le commerce international qui sont :

- Les branches d'activité protégées ne sont plus soumises à la concurrence internationale. Cela nuit aux consommateurs nationaux, car, sans l'aiguillon de la concurrence internationale, la qualité des produits se détériore et le prix augmente sur le long terme. Les industriels nationaux comprennent qu'ils ont une clientèle captive obligée d'acheter leurs produits. Ils ne font donc plus d'efforts pour améliorer leur production par des investissements. Ex: Les pays communistes étaient protectionnistes à l'égard de la production occidentale entre 1945 et 1989. A la chute du mur de Berlin, la République Démocratique Allemande, qui possédait la meilleure industrie des pays européens communistes, proposait comme voiture la Trabant, qui correspondait à une voiture occidentale des années 50. Il y avait donc un retard technologique de 40 ans. L'entreprise n'a pas survécu à l'ouverture des frontières<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> Bertrand BLANCHETON, Maxi fiches de science économique, Ed. Dunod, Paris, 2009, P.197.

<sup>2</sup> Vente à des prix n'intégrant pas les coûts environnementaux.

<sup>3</sup> Plus de commerce = plus de pollution.

<sup>4</sup> René SANDRETTO, « A l'heure de la mondialisation, libre échange versus protectionnisme », Revue CNRS, n° 317, France, 2003, P.4.

<sup>5</sup> Frédéric - Daniel ROUGET, « Protectionnisme et libre échange » Revue Politique Mensuelle du PCF, France, 2009, P.6.

- Le protectionnisme est souvent une arme pour le nationalisme. Les régimes autoritaires (nazisme, fascisme, communisme...) sont toujours idéologiquement favorables au protectionnisme et vise l'autarcie pour ne plus dépendre des autres pays. Ces pays développent des produits de remplacement (ex : le caoutchouc synthétique en Allemagne nazie). Le protectionnisme est donc défavorable à la paix, car les pays qui commercent entre eux sont obligés de coopérer<sup>1</sup>.
- Le protectionnisme engendre le protectionnisme. Lorsqu'un pays décide d'augmenter ses droits de douane, ses partenaires prennent souvent des mesures de représailles en augmentant les leurs.
- Pour les libéraux, des mesures protectionnistes ont des répercussions négatives sur la croissance économique.

### **2.2. Le libre-échange**

Le libre-échange est une politique économique commerciale qui vise la réduction, voire l'élimination des obstacles aux échanges internationaux de biens et services.

#### **2.2.1. Les arguments en faveur du libre échange**

Nous devons aux économistes classiques, principalement Adam Smith et à David Ricardo l'analyse la plus solide des vertus du libre-échange. Pour la plus part d'entre eux, les arguments en faveur du libre-échange sont issus de ces apports classiques et néoclassiques.

##### **2.2.1.1. Argument politique pour le libre échange**

La notion d'un argument politique pour le libre-échange reflète le fait qu'un engagement politique à l'égard du libre-échange peut être une bonne chose en pratique, même s'il peut y avoir de meilleures politiques en principe. Les économistes prétendent souvent en effet que, dans la pratique, les politiques commerciales sont déterminées par les pressions stratégiques d'intérêts particuliers plus que par la considération des coûts et bénéfices nationaux. Les économistes peuvent parfois montrer qu'un ensemble sélectif de droits de douane et de subsides d'exportation peut en théorie augmenter le bien-être national ; dans la réalité cependant, toute organisation gouvernementale cherchant à mettre au point un programme sophistiqué d'interventions sur les échanges serait probablement accaparée par des groupes particuliers d'intérêt et convertie en système de redistribution des ressources en faveur de groupe politiquement influents. Si cet argument est correct, il peut être préférable de plaider pour un libre échange sans exception bien que, sur base de principes purement

---

<sup>1</sup> Ibid.

économiques, le libre-échange ne soit pas nécessairement toujours la meilleure politique concevable<sup>1</sup>.

### 2.2.1.2. Le libre-échange accroît l'efficacité de la production

Le libre-échange conduit chaque pays à développer les activités dans lesquelles il est relativement plus productif et à délaisser celles pour lesquelles il est comparativement moins performant. Il en résulte pour chaque pays, et donc pour l'économie mondiale, une hausse de la production. En outre, le libre-échange, en élargissant les débouchés pour chaque production permet d'accentuer la division du travail et d'accroître sa productivité, favorisant ainsi la croissance économique<sup>2</sup>.

### 2.2.1.3. Le libre-échange améliore le bien être

En engendrant un gain de production en soutenant la croissance, le libre-échange permet de dégager un surplus de richesse distribuable (gain à l'échange). De ce fait, il améliore le bien être dans les pays qui s'y engagent et, par conséquent aussi, à l'échelle planétaire.

### 2.2.1.4. Le libre-échange corrige les inégalités internationales

La répartition du gain à l'échange entre les partenaires commerciaux tend à s'opérer spontanément au profit des plus pauvres (paradoxe de Stuart Mill)<sup>3</sup>. Par comparaison, les pays riches reçoivent une moindre part de gain à l'échange en raison d'importance de leur demande qui renchérit le prix des biens qu'ils importent. Selon cet argument, les petits pays (Hongkong, Singapour par exemple) et les pays pauvres auraient plus que les autres à gagner à la libéralisation des échanges. Le libre-échange ne serait donc pas seulement efficace, il aurait aussi des effets correcteurs, il assurerait l'équité en plus de l'optimalité<sup>4</sup>.

### 2.2.1.5. Le libre-échange bénéficie aux consommateurs

Il est aujourd'hui au cœur de l'argumentation avancée par les défenseurs inconditionnels du libre-échange, par exemple, c'est le cas aux Etats-Unis, d'après Anne Krueger<sup>5</sup> : « La vertu principale du libre-échange tient au fait qu'il permet d'abaisser le prix des biens, bénéficiant ainsi aux consommateurs. Même s'il est préjudiciable à certaines

---

<sup>1</sup> Paul KRUGMAN et Maurice OBSTFELD, *Economie Internationale*, 4<sup>ème</sup> édition, Ed. De Boeck Bruxelles, 2003, P.265.

<sup>2</sup> René SANDRETTO, *op.cit.*P.3.

<sup>3</sup> « Paradoxe de Stuart Mill » : Stuart Mill prolonge la théorie des avantages comparatifs de David Ricardo et montre que les prix internationaux des produits qui résultent du niveau de la demande mondiale, déterminent le gain net de l'échange pour les différents pays.

<sup>4</sup> Lahsen ABDELMALKI et René SANDRETTO, *op.cit.*P. 27.

<sup>5</sup> Anne Krueger ancienne Directrice générale adjointe du Fonds Monétaire international (FMI).

entreprises et secteurs d'activités, les pertes de ces entreprises et secteurs sont largement surcompensées par les gains des consommateurs »<sup>1</sup>.

### 2.2.1.6. Le libre-échange assure la paix sociale

A l'intérieur de chaque pays, le libre-échange aurait aussi des effets « harmonisateurs » ou « pacificateurs » au niveau des relations sociales. Grâce à l'accroissement de surplus distribuable qu'il dégage, le libre-échange peut permettre d'améliorer simultanément le revenu de tous les groupes sociaux et d'assurer ainsi une certaine paix sociale<sup>2</sup>.

### 2.2.2. Les critiques adressées à la théorie du libre-échange

La mondialisation incite les pays à s'ouvrir économiquement sur d'autres pays à travers l'adoption de la politique du libre-échange, alors que cette dernière a fait l'objet de plusieurs critiques à savoir :

- La théorie du libre-échange ne peut pas interpréter le commerce intra branche entre deux pays industrialisés. Par exemple, la France et l'Allemagne échangent des voitures. Et le Japon et les Etats-Unis échangent du matériel informatique. Ce commerce intra branche entre pays industrialisés a beaucoup progressé depuis 1945. Il explique en grande partie la croissance économique mondiale depuis la fin de la seconde guerre mondiale.
- La théorie du libre-échange justifie la domination politique et économique des PDEM sur les Pays en développements (PED). Les économistes, d'inspiration marxiste, montrent que les pays les plus développés ont intérêt à promouvoir le libre-échange, car cela renforce leur domination sur le reste du monde<sup>3</sup>.
- Les historiens de l'économie prennent souvent comme exemple le Royaume-Uni et l'Inde à la fin du XIX siècle. Le Royaume-Uni, puissance coloniale, s'était spécialisé dans les produits manufacturés, en particulier dans le textile. L'Inde a dû abandonner sa propre production de textile et se spécialiser dans la production de produits agricoles tropicaux : coton, jute, indigo. Par l'échange commercial imposé par la logique de l'économie coloniale, l'Inde s'est progressivement désindustrialisée à la fin du XIX siècle en se spécialisant dans des produits agricoles non alimentaires<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> René SANDRETTO, op.cit.P.3.

<sup>2</sup> Lahsen ABDELMALKI et René SANDRETTO, op.cit.P. 27.

<sup>3</sup> Frédéric Daniel ROUGET, op.cit, P.7.

<sup>4</sup> Ibid.

- Encore aujourd'hui, les PED vendent essentiellement des produits de base (hydrocarbures, minerais, produits agricoles) et achètent des produits industriels. Le choix de la spécialisation n'est pas neutre politiquement. Il peut y avoir une dégradation des termes de l'échange pour les pays en développement, qui se sont spécialisés dans des productions où le prix a tendance à baisser sur les marchés mondiaux<sup>1</sup>.

Le dialectique protectionnisme/libre échange qui débutera avec l'émergence du libéralisme, n'a guère cessé d'être l'objet de vif intérêt des milieux intellectuels en particulier celui des économistes et des hommes politiques. Le courant libéral stipule que l'ouverture aux échanges est un jeu à somme positive avec des avantages mutuels assurés pour chacun des participants. Il établit le libre-échange comme règle en développement un corpus théorique dominant devant lequel la seule justification théorique du protectionnisme se réduit à l'argument de la protection des industries naissantes, tout en considérant cette dernière comme une déviation temporaire de la règle du libre-échange.

### **Section 3 : Le commerce international et l'intégration régionale**

Depuis quelques décennies, les relations internationales sont marquées par le processus d'intégration régionale qui a pour but de réduire les obstacles au commerce et surtout réaliser une union économique entre les pays membres. Cette option a accompagné le mouvement de mondialisation qui, lui, se veut une ouverture sur l'économie mondiale entière. Ainsi, une sorte de protection qu'adoptent certains pays non suffisamment préparés à la libéralisation totale, en s'ouvrant d'une façon prudente et progressive sur un espace limité, généralement d'une même région géographique, bien que la libéralisation multilatérale procure en général des gains supérieurs à celle qu'on mène au niveau régional.

Dans cette section nous allons essayer de développer trois points essentiels ; le premier point concernera le processus d'intégration régionale (où l'on trouve des définitions, les différents types de coordination), dans le deuxième nous aborderons les différentes approches théoriques de l'intégration (conception libérale, conception volontariste etc.), enfin, en dernier point nous étudierons les formes de l'intégration régionale et leurs facteurs de réussites.

---

<sup>1</sup> C'est le cas de l'Algérie qui est dépendante de l'exportation des hydrocarbures (soit 98% du total des exportations), elle se trouve face à une chute des prix du pétrole, ce qui a fragilisé son économie. C'est aussi le cas du Mali qui est spécialisé dans le coton. Si le prix du coton baisse, le pays importe moins de produits industriels et son développement est compromis.

### 3.1. Conceptualisation de l'intégration régionale

**Régionalisme, régionalisation et intégration régionale** sont parfois substitués l'un à l'autre de manière indifférenciée, mais en réalité ces trois termes ne sont pas synonymes d'où la nécessité de définir chacun d'eux :

#### 3.1.1. Le régionalisme

En relations internationales, le régionalisme désigne l'ensemble des rapports qui se tissent dans un même espace, tendant à en faire un acteur collectif dans la société internationale. Ces rapports prennent diverses formes, au-delà du bilatéralisme. Il s'agit soit de la coopération régionale, soit de l'intégration régionale. On est donc dans le cadre du multilatéralisme<sup>1</sup>.

Le terme de « régionalisme » est mobilisé pour qualifier des processus de construction « politique ».

#### 3.1.2. La régionalisation

La régionalisation est un constat empirique de recentrage de relations sur une zone. Autrement dit, la « régionalisation » rend compte des situations dans lesquelles l'intensification des flux ne s'accompagne pas de processus de construction institutionnelle.

Le terme de « régionalisation » sera donc désormais strictement réservé pour qualifier un processus régional qui se caractérise seulement par une concentration des flux économiques.

#### 3.1.3. L'intégration régionale

- L'intégration est un processus de regroupement, unification, ou articulation et coordination d'éléments antérieurement séparés en vue de construire un ensemble cohérent<sup>2</sup>.

- On peut définir aussi l'intégration comme un processus par lequel deux ou plusieurs pays réduisent progressivement et suppriment les obstacles aux échanges entre eux et les disparités entre leurs économies de manière à constituer à terme un espace économique homogène, Ce processus implique autant des aspects commerciaux et macro-économiques que des politiques sectorielles<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup>Assemblée parlementaire de la Francophonie, Bilan de l'intégration régional en Afrique, 21<sup>ème</sup> assemblée régionale, 09 - 11 mai 2013, P.7.

<sup>2</sup> Ahmed SILEM et Jean Marie ALBERTINE, Lexique d'économie, Ed. Dalloz, Paris, 1994, P.35.

<sup>3</sup> Hakim BEN HAMMOUDA and al, L'intégration régionale en Afrique central : bilan et perspectives, Ed. Kartala, Paris, 2003, P.30.

- L'OMC définit l'intégration régionale comme les mesures prises par les gouvernements pour libéraliser et faciliter le commerce à l'échelle régional, parfois au moyen des zones ou d'union douanière<sup>1</sup>.

### **3.2. L'intégration économique régionale comme combinaison de la coordination de la régionalisation et de régionalisme**

Un espace régional sera dit économiquement intégré si, et seulement si, il enregistre une concentration des flux entre les nations qui le constituent et si une coordination institutionnelle formelle instaurant des règles communes est mise en place de façon durable. Donc l'intégration économique régionale peut être vue comme le résultat de facteurs économiques et de facteurs politiques. Ainsi la notion l'intégration économique régionale (IER) va être affinée par la prise en compte des trois types de coordination préalablement établis. A partir de là, la distinction peut être faite entre l'intégration « aux frontières », l'intégration « en profondeur » et « l'intégration supranationale »<sup>2</sup>.

#### **3.2.1. L'intégration économique régionale aux frontières « surface des nations »**

Cette forme de processus recouvre une concentration des flux économiques (coordination spontanée entre acteurs privés de la zone) accompagnée d'une coordination « stricto sensu »<sup>3</sup> entre Etats, portant sur ces flux et sur leurs modalités.

#### **3.2.2. L'intégration économique régionale en profondeur**

Ce second type d'intégration régionale suppose à la fois une concentration des flux, la mise en place de règles aux frontières mais également une coordination forte visant à la production et à l'application de règles portant sur l'harmonisation des pratiques à l'intérieur des nations. A ce niveau, la coordination entre les pays se fait sans délégation de pouvoir à une institution supranationale, l'échelon national reste le lieu d'exercice de toutes les régulations<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> Site de l'OMC sur <http://www.wto.org>. (Consulté le 25/04/2015).

<sup>2</sup> Laetitia GUIHOT, L'Intégration Economique Régionale de l'ASEAN+3 La crise de 1997 à l'origine d'un régime régional, Thèse de Doctorat en Sciences Economiques, Université de Grenoble, 2008, P.41.

<sup>3</sup> Coordination « stricto sensu » visant à l'instauration et à l'application de règles communes portant sur les relations entre les nations.

<sup>4</sup> Laetitia GUIHOT, op.cit .P.42.

### 3.2.3. L'intégration économique régionale supranationale

La notion d'intégration économique régionale supranationale<sup>1</sup> apparaît dès lors comme une catégorie supplémentaire qui permet de qualifier un processus d'intégration économique régionale, caractérisé par la mise en place d'une forme de supranationalité catégorie supplémentaire, soit, comme le définit Kebabdjan (1998)<sup>2</sup>, un déplacement des lieux d'exercice de la régulation dans un domaine donné. Cette phase plus poussée de l'intégration suppose donc une concentration des flux, une coordination forte mais aussi la mise en place d'une véritable institution régionale supranationale. En d'autres termes, lorsque les Etats membres de la zone se départissent d'au moins une de leurs prérogatives au profit d'une institution régionale, l'intégration régionale peut être alors qualifiée de supranationale<sup>3</sup>.

### 3.3. Les différentes conceptions de l'intégration régionale

Le renouveau du régionalisme dans un contexte de mondialisation a conduit à l'émergence de plusieurs conceptions à côté des anciennes, il s'agit de la conception libérale, la conception volontariste, la conception industrielle et territoriale, la conception géographique, la conception institutionnaliste et de la conception diplomatique ou politique.

#### 3.3.1. La conception libérale

Selon cette conception l'intégration commerciale est assimilée à la libéralisation des échanges et de facteurs de production<sup>4</sup>. C'est-à-dire, l'unification des marchés nationaux en un seul marché régional qui permet une libre circulation des biens et services, du capital et de la force du travail. Au niveau de cette conception, dans sa version statique, elle met en relief la création et le détournement du commerce, et dans sa version dynamique elle met en avant les effets dynamiques de la libéralisation qui sont la concurrence, les économies d'échelles. Cependant, la plupart des études réalisées ont montré que l'impact de la libéralisation généralisée sur la croissance est positif tandis que l'intégration régionale a des effets assez contrastés. Par ailleurs, l'intégration régionale a conduit à une large intensification des échanges intra régionaux au niveau des blocs régionaux. En revanche, aucun accroissement significatif n'est apparu au niveau des intégrations mettant en présence des pays en développement.

---

<sup>1</sup> Coordination « supranationale » visant à doter une institution régionale de pouvoirs supranationaux. Harmonisation des pratiques au sein des pays, s'ajoute un transfert de souveraineté d'au moins une des prérogatives étatiques.

<sup>2</sup> Le professeur Gérard KEBABDJAN est spécialiste de macroéconomie internationale et d'économie politique internationale. Il a publié plusieurs ouvrages et de nombreux articles dans des revues spécialisées sur les questions de coordination internationale des politiques et de théorie des institutions de l'économie internationale.

<sup>3</sup> Laetitia GUIHOT, op.cit .P.42.

<sup>4</sup> Phillip HUGON, Les économies en développement à l'heure de la régionalisation, Ed. Karthala, Paris, 2003, P.37.



### 3.3.2. La conception volontariste

Dans le cadre d'une planification régionale, les États participants cherchent un développement déconnecté de l'économie mondiale. Les instruments utilisés renvoient aux politiques dirigistes : prix administrés, fort taux de protection des industries, disjonction des prix intérieurs et extérieurs, projets polarisants à haute intensité capitaliste, surévaluation du change. Les objectifs de redistribution par des mécanismes de péréquation l'emportent sur les critères de rentabilité économique en cherchant la réduction des déséquilibres territoriaux, la modification des hiérarchies spatiales et la réduction des inégalités de développement<sup>1</sup>.

Cette conception volontariste peut se décliner de deux façons<sup>2</sup> :

- l'intégration par les pôles de développement qui repose sur la création de réseaux de prix, de flux d'informations, de relations hiérarchiques entre les centres unis par des relations asymétriques et irréversibles.
- l'intégration par substitution d'importation au niveau régional utilise les arguments protectionnistes : existence d'un chômage déguisé, protection des industries dans l'enfance pour mettre en place des spécialisations interrégionales capables d'impulser à terme un processus d'industrialisation.

### 3.3.3. La conception institutionnaliste

Selon cette conception l'intégration est la mise en place d'un système de règles et de normes communes de la part des pouvoirs publics en relation avec les acteurs privés. L'intégration par les règles concerne aussi l'harmonisation des fiscalités, un droit social régional, un droit des affaires, des lois uniques d'assurances<sup>3</sup>. Les conséquences attendues des accords régionaux concernent l'ancrage des politiques favorisant leur prévisibilité et l'attractivité des capitaux et de technologie. L'ancrage des politiques économiques réduit les risques de réversibilité. La crédibilité est liée à la dilution des préférences (en isolant les instances de contrôle et de pouvoir judiciaire des lobbies nationaux) et à la création institutionnelle<sup>4</sup>. Les accords de libre-échange n'ont pas toutefois nécessairement des effets d'attractivité des capitaux. D'une part, ces effets se diluent avec le nombre d'accords, d'autre part, ils sont souvent contrecarrés par les conséquences négatives liées à la libéralisation commerciale et de changes. Ainsi, les zones attractives d'Afrique subsahariennes (l'Afrique

---

<sup>1</sup> Alain LEON « l'intégration Est – Africaine : vers une intégration régionales des espaces », Revue IFRA, les cahiers de l'Afrique de l'Est, janvier – mars 2014, P.5.

<sup>2</sup> Idem. P.6.

<sup>3</sup>Phillipe HUGON, op.cit.P.50.

<sup>4</sup>Phillipe HUGON, « Analyse comparative des processus d'intégration économique régionale », Revue le Cered/ FORUM et le Cernea, 2001, France, P.10.

australe) ou d'Asie de l'Est (la Chine) sont-elles maintenues des contrôles de change et des mesures protectionnistes.

### 3.3.4. La conception politique ou diplomatique

C'est une forme d'intégration qui se traduit par un transfert de souveraineté et qui vise la prévention des conflits et qui tente de réintroduire la politique au centre des décisions économiques. La convergence d'intérêts économiques, la production de biens publics à une échelle régionale... apparaissent comme étant, autant de facteurs essentiels pour atténuer les rivalités politiques et ethniques régionales<sup>1</sup>.

Ce genre d'intégration régionale constitue une façon de mieux gérer l'incompatibilité plus ou moins importante entre les espaces des pouvoirs économiques et politiques, de faciliter le dialogue et d'atténuer les antagonismes politiques. Celle-ci permet également d'adapter les systèmes de régulation politique et sociale et les cadres institutionnels dépassant l'aspect national aux multiples réseaux d'échanges et d'investissement transnationaux. Cette forme d'intégration peut s'appuyer sur un grand pays disposant d'un pouvoir hégémonique qui met en place des règles de production des biens publics internationaux.

Elle suppose des perdants et des gagnants, ce qui impose des compensations à travers des mécanismes de transferts (exemple des fonds structurels européens). Dans ces conditions, dans le cadre d'une zone de libre-échange, le pays dominant doit mener une politique plus libre échangiste que les autres tans disque lorsqu'il s'agit d'une union douanière, il devra verser des transferts compensatoires à ces partenaires<sup>2</sup>.

### 3.3.5. La conception industrielle ou territoriale

C'est une forme d'intégration qui s'appuie sur la stratégie des acteurs dans un espace hétérogène et dans une situation de concurrence imparfaite. C'est une sorte d'intégration régionale qui résulte des relations d'internationalisation au sein des firmes multinationales et conduite par de grands conglomérats<sup>3</sup> qui déroulent leur stratégie dans un cadre régional et ayant des intérêts convergents (protection de l'environnement, exploitation en commun des ressources...).

Des effets d'agglomération et de polarisation importants sont exercés par ce genre

---

<sup>1</sup>Hakim AIANE, La question des zones de libre-échange : étude de cas de l'accord d'association Algérie- Union Européenne, Thèse de Magister en Sciences Economiques, Option Monnaie, Finance et Globalisation, 2007-2008, Université de Bejaia, P.22.

<sup>2</sup> Philippe HUGON (2003), op.cit.P.52.

<sup>3</sup>Ce sont des grandes entreprises dans les domaines d'activité sont très larges, afin de diversifier les risques et d'être présent sur plusieurs marchés (notamment au niveau régional).

d'intégration. Ainsi, on constate une réduction des distances en relation avec les progrès technologiques et le développement des échanges immatériels dans le cadre de systèmes productifs d'une certaine taille et des produits diversifiés. D'où des effets de contagion et de diffusion de la croissance au moyen de la réduction des coûts de transport, du transfert de technologie et de la baisse des coûts des transactions<sup>1</sup>.

### 3.4. Les formes de l'intégration régionale

Le processus d'intégration régionale peut évoluer graduellement en prenant la forme des étapes définies par B.BASSALA<sup>2</sup> et la classification de l'OMC.

#### 3.4.1. La zone de l'échange préférentiel

L'élément préférentiel<sup>3</sup> dans cette zone, consiste à réduire les droits pratiqués sur les importations de biens produits par les autres membres, qui deviennent ainsi moins élevés par rapport aux droits qui s'appliquent sur les importations de biens produits par des pays non membres.

#### 3.4.2. La zone de libre-échange

Il s'agit de l'élimination des barrières tarifaires entre deux ou plusieurs pays. Par contre, dans certains cas, l'accord de libre-échange peut être plus étendu et s'appliquer à des domaines non-tarifaires comme l'investissement, les droits de propriété intellectuelle, etc. Parmi les exemples les plus connus, mentionnons l'Accord de libre-échange Nord-Américain (ALÉNA), et l'Association Européenne de Libre-Echange (AELE).

#### 3.4.3 L'union douanière

Ce type d'intégration comprend une zone de libre-échange entre les membres de l'union et la détermination d'un tarif extérieur commun (TEC) envers des pays tiers à l'extérieur de l'union douanière<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> Mohamed BOUSSETTA, Intégration régionale Sud-Sud, libéralisation commerciale et Zone de Libre-échange, Quadripartite : fondements et enjeux, Revue CNRS, 2008, P.4. <https://www.gate.cnrs.fr/uneca07>(consulté le 04/04/2015).

<sup>2</sup> Béla BASSALA est un économiste hongrois, c'est l'auteur de l'ouvrage « the théorie of economic integration 1961 » où il a établi les différentes étapes du processus d'intégration régionale.

<sup>3</sup> La zone de l'échange préférentiel ne figure pas parmi les étapes d'intégration prévues par B.Bassala, c'est une classification de l'OMC.

<sup>4</sup> Exemple : le MERCOSUR mis en vigueur en 1991 est une union douanière qui regroupe les pays de l'Amérique latine, dans la mesure où les membres appliquent le même tarif extérieur.

### 3.4.4. Le marché commun

En plus de l'élimination des tarifs douaniers entre les pays membres et de l'établissement d'un tarif extérieur commun envers les pays tiers, le marché commun suppose la liberté des facteurs de production (capitaux, biens, services et main-d'œuvre)<sup>1</sup>.

### 3.4.5. L'union économique

Il s'agit de l'étape la plus avancée de l'intégration économique. L'Union Economique, en plus des éléments compris dans les étapes précédentes, comprend une harmonisation des politiques économiques et monétaires et peut signifier la mise en place d'une monnaie commune<sup>2</sup>.

### 3.5. Les Facteurs de la réussite d'une intégration régionale

La réussite d'une intégration régionale nécessite la présence de plusieurs facteurs qui sont<sup>3</sup> :

- Facteurs de formation : Volonté et engagement politique, lois régionales fortes, respect de l'Etat de Droit, structures et institutions régionales fortes ;
- Principes stratégiques : préparation adéquate des activités pour toutes les initiatives régionales, le principe de subsidiarité et de géométrie variable ;
- Facteurs de Gestion et de Développement : mécanismes de prise de décision rapide et responsable, une méthode efficace de financement du processus d'intégration, convergence socio-économique et politique, création d'une identité régionale.

#### 3.5.1. Principes clés pour les partenaires qui s'intègrent.

Les principes les plus importants peuvent être classés en trois catégories<sup>4</sup> :

- Les Etats qui s'intègrent ne sont jamais égaux mais doivent gagner dans toute initiative ou action régionale. Les Etats membres doivent donc jouer un jeu franc et transparent du donner et du recevoir.
- « Ne pas avoir peur ».
- Quand il s'agit de l'intégration, la clarté est l'approche la plus sensible.

---

<sup>1</sup> Un marché commun comme : l'espace économique européenne (EEE) composé de l'Union Européenne, la Norvège, l'Island, et l'Liechtenstein. Il est entré en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 1994 avec 350 millions d'habitants.

<sup>2</sup> C'est le cas notamment des pays de l'Union Européen qui ont adopté l'Euro.

<sup>3</sup> Jérémie NDAYIZIGA, L'économie burundaise dans l'intégration régionale du Burundi : Le cas de la Communauté Est Africaine, Papier de recherche présenté lors de l'atelier national d'échange portant sur le thème « Les paysans burundais face à la libéralisation et intégration régionale : défis et alternative », Revue Atelier national d'échange, Bujumbura, 13 juin 2008, P.3.

<sup>4</sup> Ibid.

- Le facteur primaire de conduite de l'intégration pour un développement basé sur l'intégration régionale est la mise en commun des ressources à savoir l'expansion du panier de choix pour le bénéfice des peuples.

### 3.5.2. Principes opérationnels pour la réussite de l'intégration régionale

A côté de l'absence d'une vision partagée et des autres facteurs facilitant l'intégration régionale, certains cas d'intégrations ont échoué<sup>1</sup> à cause du manque de principes opérationnels convenus. Les principes opérationnels les plus notables peuvent être regroupés en quatre à savoir<sup>2</sup> :

- Principe de bénéfice régional net : la région dans son ensemble doit gagner de toute action entreprise.
- La Loi des Sommes positives : aucun membre ne doit perdre à travers une action entreprise au niveau régional. S'il y avait une perte elle doit être gérée ou atténuée à travers une initiative régionale de correction.
- Le Principe de l'information et de la Communication : toute décision prise au niveau régional sera basée sur une information multidimensionnelle de tous les partenaires.
- Le principe de perfection : à travers une politique d'harmonisation, la région devrait faire mieux et être plus performante que tout Etat membre.

Le mouvement d'intégration régionale s'est nettement accéléré au cours des vingt dernières années, des accords d'intégration se sont multipliés et des expériences plus ou moins réussies ont été tentées. Les aspects qui peuvent inciter cette démarche sont encouragés par des conditions telles que la proximité géographique, les relations culturelles, les faits divers historiques, les relations de commerce, et plusieurs autres.

---

<sup>1</sup> Exemple : le cas de l'Afrique était échoué à cause du manque de principes opérationnels pour la réussite d'une intégration régionale.

<sup>2</sup> Jérémie NDAYIZIGA, op.cit.P.4.

### **Conclusion du chapitre**

Dans ce premier chapitre nous pouvons constater que les théories du commerce international présentent les échanges commerciaux comme étant une solution pour maximiser le bien être de la nation. Cependant le commerce international est confronté à un vaste discours entre le libre-échange et le protectionnisme. Certains Etats utilisent différents instruments protectionnistes afin de protéger leurs économies, notamment à travers la diminution des importations, la protection de leurs économies contre la concurrence étrangère, aussi profiter des tarifs douaniers afin d'augmenter les recettes budgétaires. Cela induit des effets négatifs sur l'économie, c'est pour cette raison que les pays ont décidé de réduire les obstacles tarifaires et non tarifaires et favoriser l'ouverture commerciale entre les pays, ce qui permet l'allocation optimale des ressources à l'échelle de la planète et l'accès aux nouvelles technologies. Cette décision induit à la formation d'une intégration régionale qui est un processus de constructions d'un espace économique commun qui repose sur l'augmentation du volume des échanges commerciaux dans le monde entier.

## **Chapitre II : Etat des lieux du commerce extérieur algérien**

### **Introduction**

Dès le lendemain de son indépendance, l'Algérie a opté pour un système économique de type soviétique, basé sur le mode socialiste prônant la propriété étatique de tous les secteurs de l'économie ; ainsi l'économie algérienne, pendant presque trois décennies, était régie par un système de gestion centralisée se basant sur l'exécution de différents plans de développement. Mais la fin du bloc soviétique et communiste, l'avènement de l'organisation mondiale du commerce (OMC) et le développement d'importants blocs économiques ont obligé les dirigeants algériens à réexaminer leur stratégie de développement et l'organisation des relations économiques avec l'étranger. Dans ce sens, l'Algérie tente depuis plusieurs années de mettre en place un ensemble de mesures lui permettant d'effectuer une transition réussie vers une économie de marché afin de s'intégrer d'une manière compétitive dans les échanges internationaux.

Le présent chapitre fera l'objet de présentation de l'Etat des lieux du commerce extérieur en Algérie à travers trois sections distinctes.

Dans la première section nous évoquerons l'évolution du commerce extérieur algérien de la période avant l'indépendance à nos jours. Nous analyserons dans la deuxième section la structure du commerce extérieur dans ses deux volets importation et exportation. Quant à la troisième section, elle sera consacrée à l'étude des contraintes et risques inhérents au processus d'exportation des entreprises algériennes.

### Section 1 : Evolution du commerce extérieur en Algérie

La transition d'une économie administrée vers une économie de marché implique la refonte des institutions et des instruments de régulation dans le sens du désengagement de l'État de la sphère économique et la réhabilitation de sa fonction de régulation économique. Un nombre important de textes et de décrets a été produit à cet effet, notamment dans le but de changer les institutions et de les préparer pour mieux réussir la transition à l'économie du marché.

Dans cette première section nous présentons une analyse de l'évolution du commerce extérieur en Algérie, de la période avant l'indépendance à nos jours en se focalisant sur le cadre réglementaire.

#### 1.1. Le commerce extérieur de l'Algérie avant l'indépendance 1962

Le commerce extérieur algérien était soumis à un système commercial et douanier qui avait pour fonction essentielle l'établissement et le maintien d'un monopole partagé entre quelques capitalistes marchands français et la colonisation algérienne.

Le commerce extérieur de l'Algérie était fortement donné par les flux d'échanges avec la France, il se résumait à la<sup>1</sup> :

- Spécialisation dans l'exportation des produits agricoles, puis d'énergie à la fin des années 1950.
- Importations d'inputs et biens de consommation.
- Organisation commerciale libérale liée fortement au pouvoir colonial.
- Industrie à faible capacités installées.

#### 1.2. Le commerce extérieur à l'ère de planification (1962-1989)

Au lendemain de l'indépendance l'Algérie a adopté un système d'économie planifiée, le commerce extérieur étant caractérisé par l'intervention de l'Etat. Dans cet élément nous essayons de faire le point sur l'évolution du cadre réglementaire des importations et des exportations durant cette période de planification.

##### 1.2.1. Evolution de l'importation (1962 -1989)

Cette étape se caractérise par deux phases: la phase du contrôle (1962- 1970) et le monopole de l'Etat sur les importations (1971- 1989).

---

<sup>1</sup> Keltouma HASSAINE, Accords d'association Algérie Union Européenne : Quelles perspectives pour l'économie algérienne ? , Mémoire de Magister en Sciences Economiques, Université d'Oran, 2011, P.76.



### 1.2.1.1. La phase du contrôle (1962- 1970)

Au milieu des années soixante, l'Etat algérien a choisi la voie de planification pour réaliser ses objectifs de développement. Pendant la première phase de la planification 1963-1970<sup>1</sup>, l'Etat a suivi un système de gestion administré du commerce extérieur, cette gestion a commencé par le contrôle limité étatique aux échanges commerciaux afin d'arriver progressivement à un contrôle exclusif de l'Etat. A partir de 1963 des procédures de contrôle sont introduites à travers la mise en place d'un contrôle de change, l'établissement d'un tarif douanier et d'un cadre contingentaire sur le commerce extérieur :

- **Le contrôle de change** est instauré avec la création en 1963 de la banque centrale d'Algérie qui soumet obligatoirement à son autorisation toutes les transactions commerciales réalisées avec l'extérieur, ainsi que tous les transferts de fonds<sup>2</sup>.
- **La politique tarifaire** : entre 1963 -1967, la politique tarifaire est inadéquate car les droits du douane étaient trop faibles pour compenser les bas prix plus compétitifs des pays partenaires de l'Algérie et leur éventail peu ouvert pour exercer une action discriminatoire en faveur du développement. En février 1969 apparait un nouveau tarif douanier , ses traits principaux sont : la classification des biens de consommation finale en produits de première nécessité, biens de deuxième nécessité et biens de luxe, et l'application d'un droit du douane propre à chaque catégorie dans le but de freiner l'importation des biens et aussi avec l'institution des tarifs douaniers sur les biens non transformés qui étaient plus faibles que ceux frappant les biens transformés . cette discrimination est opérée pour favoriser la substitution à l'importation<sup>3</sup>.
- **Le contingentement pour l'importation** : le cadre réglementaire de contingentement pour l'importation des marchandises a été défini, en déterminant les produits devant faire l'objet d'une réglementation spéciale d'une part, et les produits qui sont soumis aux licences délivrées par le ministère du commerce, d'autre part<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> Nachida M'HAMSADJI- BOUZIDI, Le monopole de l'Etat sur le commerce extérieur (1974 - 1984), Ed. OPU, Alger, 1988, P.115.

<sup>2</sup> Hocine BENISSAD, Algérie, restructurations et réformes économiques (1979 – 1993), Ed. OPU, Algérie, 1995, P.75.

<sup>3</sup> Ibid.

<sup>4</sup>Lynda MIMOUNE, Commerce extérieur et développement : quelle spécialisation pour l'Algérie dans le cadre de la mondialisation ?, Mémoire de magister en Sciences de gestion, Université de Béjaia, juin 2003, P.78.

L'encadrement du commerce extérieur durant la période de 1963 jusqu'au premier plan de développement quadriennal<sup>1</sup> est caractérisé par la création de l'Office national de commercialisation (ONACO) et les groupements professionnels d'achat (GPA)<sup>2</sup> :

- **L'O.N.A.C.O (Office National de Commercialisation)** a été créé le 13 décembre 1962. C'est un organisme public qui, à l'origine, avait le monopole des importations. Il devait établir le volume des importations qui pouvaient ensuite être assurées par des importateurs privés. Son fonctionnement n'a pas donné toute satisfaction: machine administrative très lourde et trop centralisée.
- **Les groupements professionnels d'achat (GPA)** ont été créés en 1964, qui sont chargés de l'importation exclusive d'un certain nombre de produits de grande consommation. Ces groupements professionnels sont des sociétés mixtes qui regroupent des représentants de la profession et des représentants du gouvernement. Le capital est constitué à 50 % par des apports de l'Etat et à 50 % par ceux de la profession. A la fin de 1964, six groupements professionnels ont vu le jour :
  - Le groupement professionnel d'achat des industries textiles (GADIT) ;
  - Le groupement professionnel des produits laitiers (GAIRLAC) ;
  - Le groupement professionnel du bois (BOIMEX) ;
  - Le groupement professionnel de la chaussure (GIAC) ;
  - Le groupement professionnel des textiles (GITEXAL) ;
  - Le groupement professionnel des peaux et cuirs (GICP) ;

### 1.2.1.2. Le monopole de l'Etat sur les importations (1971- 1989)

Ce système de monopolisation a fonctionné par l'autorisation aux entreprises publiques d'un monopole d'importation pour les produits de leurs branches tels que ; l'entreprise de mécanique (SONACOM), matériaux de construction (SMNS) et de sidérurgie (SNC). Cependant, le monopole de ces dernières à l'importation avait en principe pour mission essentielle de réguler les flux commerciaux et d'assurer la réalisation des objectifs fixés. Mais en réalité le système de monopolisation a posé des difficultés pour plusieurs raisons, ces difficultés poussent les autorités publiques à promulguer l'ordonnance 74- 112 pour permettre d'organiser

---

<sup>1</sup>Le premier plan quadriennal, 1970-1973, est un plan élaboré par l'Etat Algérien qui marque la rupture avec les anciennes bases économiques et met en œuvre le départ de la planification socialiste (plan triennal de 1967 à 1969) il s'agit aussi de la mise en place des mécanismes visant à concevoir des projets d'investissement garantissant le maximum d'effets économiques « autocentrés ».

<sup>2</sup>Mutin GEOGES, « Le commerce extérieur de l'Algérie en 1964 », Revue de géographie de Lyon, n°4, 1964. P.346.

les flux d'importation instaurant le programme général d'importation (PGI)<sup>1</sup>. En février 1978, la loi n° 78-02<sup>2</sup> du 11 février 1978 consacre le monopole de l'Etat sur le commerce extérieur. Elle énonce explicitement que l'importation des biens, fournitures et services de toutes natures sont du ressort exclusif de l'Etat<sup>3</sup>.

### 1.2.2. Evolution de l'exportation (1962 -1989)

Le régime des exportations a évolué en deux périodes. La période « porte ouverte », la période de l'étatisation.

#### 1.2.2.1. La période 1974-1978 : phase de porte ouverte

L'ordonnance 74-11<sup>4</sup> a consacré la liberté du commerce à l'exportation. Cette ordonnance a suspendu l'exercice des monopoles à l'exportation par les entreprises publiques<sup>5</sup>. Cette liberté intéresse les produits nationaux et réexportés après ouvrage. Par contre, la réexportation en l'état de produits importés, elle est soumise à l'autorisation du ministère du commerce. Cependant, cette liberté à l'exportation connaît quelques limitations :

- Certains produits (comme les farines, les pâtes alimentaires etc.) sont contingentés ou complètement prohibés à l'exportation.
- Les produits libérés sont susceptibles d'être exportés sur autorisation du ministère du commerce, selon l'ordonnance 74-13.

#### 1.2.2.2. La période 1978-1988 : L'étatisation du commerce d'exportation

Comme pour les importations, la loi 78-02<sup>6</sup> stipule dans son premier article que les exportations de biens, fournitures et services de toutes natures sont du ressort exclusif de l'Etat. Concrètement, tout contrat avec une entreprise étrangère ne peut être conclu que par l'Etat ou un organisme d'Etat (entreprises socialistes, offices et établissements à caractère industriel et commercial ou industriel). De fait, toutes les entreprises privées d'import-export sont dissoutes.

Cette loi affecte durement, les rares entreprises privées de tradition exportatrices, dans la mesure où leurs opérations au niveau des exportations ne sont pas bien prises en charge par le

---

<sup>1</sup> La gestion du commerce extérieur était basée sur le système d'autorisations globales d'importation (AGI) comme instrument du programme général d'importation (PGI). La pratique développée, en 1973 était réglementée par la circulaire de 1973 du ministère du commerce suivie du décret d'application 74/14 du 30/01/1974.

<sup>2</sup> La loi n° 78-02 du 11 février 1978 relative au monopole de l'Etat sur le commerce extérieur.

<sup>3</sup> Site de ministère du commerce, [www.mincommerce.gov.dz](http://www.mincommerce.gov.dz) (consulté le 15 /04 / 2015).

<sup>4</sup> L'ordonnance 74/11 du 30- 01- 1974 relative à la libération du commerce d'exportation et fixant les conditions d'exportation et de réexportation de marchandises réalisées à partir du territoire douanier national.

<sup>5</sup> Puisque durant la période (1963- 1974) les exportations étaient gérées par des organismes publics dotés du monopole tel que l'ONACO etc.

<sup>6</sup> La loi 78. 02 relatives au monopole de l'Etat sur le commerce extérieur, selon l'article 1 de cette loi stipule que « les exportations des biens, fournitures, service, de toutes natures sont du ressort exclusif de l'Etat ».

## Chapitre II : Etat des lieux du commerce extérieur algérien

---

monopole de l'Etat. La législation relative à la mise en œuvre du monopole de l'Etat sur le commerce extérieur, a été à l'origine de la formulation par le ministère du commerce, d'un Programme Général d'Exportation (PGE)<sup>1</sup>. Ce programme est géré par :

- Soit des Autorisations Globales d'Exportation (AGE) qui intéressent les entreprises publiques ;
- Soit des licences d'exportations, quand il s'agit des entreprises privées.

Durant cette période il y a eu une réduction des ressources financières extérieures suite à la chute brutale des prix pétroliers internationaux à partir de 1986 et la crise de la dette extérieure, cette situation a poussé les pouvoirs publics à prendre en considération la nécessité de préparer « l'après pétrole » et a incité à prendre quelques mesures pour la promotion des exportations non traditionnelles. Ces mesures portent essentiellement sur la fiscalité, les prix, les assurances :

### - Les encouragements fiscaux

La loi de finance pour 1986 introduit deux exonérations fiscales<sup>2</sup> :

- L'une concernant l'impôt sur les bénéfices industriels et commerciaux (BIC) sur la partie du chiffre d'affaires des entreprises (publiques ou privées) réalisé à l'extérieur ;
  - L'autre sur le versement forfaitaire assis sur la masse salariale, cette exception couvre une période de 1 à 5 ans.
- ### - Les encouragements en matière de prix

Le décret 86 ,46 du 24 décembre 1986 intitulé « L'aide en matière de promotion des exportations (AMPEX) » institue une subvention aux prix. En effet, le soutien est apporté non à l'exportateur, mais aux produits exportés et que la subvention est modulée, différenciée, selon la nature du bien (selon le contenu en valeur ajoutée locale du bien et son taux d'intégration sur le marché extérieur)<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup>Le programme général d'exportation (PGE) est institué par le décret 84 – 390 relatif à la mise en œuvre du monopole de l'Etat sur le commerce extérieur.

<sup>2</sup> Safia ZOURDANI, Le financement des opérations du commerce extérieur : cas de BNA , Mémoire de magister en Sciences Economiques, Université de Tizi Ouzou, 2012, P.57.

<sup>3</sup> Ibid.

### - Les encouragements en matière d'assurance

La compagnie Algérienne d'Assurance (C.A.A) a commencé à garantir les exportations. Ces garanties couvrent (à l'exception d'une franchise de 10 à 20 % du coût de marchandises restant à la charge de l'entreprise) les risques commerciaux, les risques non commerciaux (confiscations, troubles, politiques, etc.) et les risques inhérents à des catastrophes naturelles.

Par contre, sont exclus de l'assurance, les taux de change, les mesures de saisies judiciaires, les mesures conjoncturelles de politique économique du pays du client, etc<sup>1</sup>.

### 1.3. La réforme du cadre réglementaire du commerce extérieur

La chute des prix des produits pétroliers en 1986 a souligné les limites de la politique de centralisation, puisque face à un resserrement de la contrainte extérieure il est devenu de plus en plus difficile de mettre en place des mécanismes efficaces d'allocation des devises. Le choc pétrolier qui avait provoqué une baisse de près de 50% dans les termes de l'échange de l'Algérie a conduit les autorités à accroître sensiblement ses emprunts sur les marchés étrangers afin de maintenir la consommation des ménages mais malgré tout, les contraintes à une réduction sensible des importations. Ces restrictions aux importations ont créé des difficultés majeures pour les entreprises nationales qui n'étaient plus en mesure de s'approvisionner en intrants et en pièces de rechange. Ces pressions ont engendré des incitations très fortes au développement d'un marché parallèle des devises. Cette situation a amené les autorités à mettre en place un vaste programme de stabilisation qui a porté sur le régime du commerce extérieur<sup>2</sup>.

Depuis le début de la mise en œuvre de ce programme de réformes économiques, les politiques du commerce extérieur ont subi plusieurs phases qui ont abouti à une libéralisation généralisée des opérations d'importations et d'exportations. On trouvera dans les **Annexes 1et 2** une chronologie des principales modifications apportées aux conditions régissant les opérations d'importation et d'exportation<sup>3</sup>.

### 1.4. La libéralisation du commerce extérieure : 1990 à nos jours

Depuis la fin des années 80, la réforme du commerce extérieur a suivi plusieurs étapes caractérisées par des phases d'évolution et de rupture. La première période allant de 1986 à 1988

---

<sup>1</sup> Lynda MIMOUNE, op.cit.P.81.

<sup>2</sup> Bernard DECALUWE and al, « Etude sur le système d'incitation et de protection effective de la production en Algérie », Rapport Développement Économique International (DEI) ,16 octobre 2001, P.4.

<sup>3</sup> Ibid.

## Chapitre II : Etat des lieux du commerce extérieur algérien

---

est considérée comme la première tentative de libéralisation du commerce extérieur algérien qui se résume à l'annulation de la réglementation relative aux Autorisations Globales d'Importation (AGI) et celle relative à la loi 78-02 relative au monopole de l'Etat sur le commerce extérieur. Cette dernière a été remplacée par la loi 88-09 du 19 Juillet 1988 qui traite de l'exercice du monopole de l'Etat sur le commerce extérieur. Selon ses dispositions, le monopole de l'Etat avait pour but <sup>1</sup>:

- d'organiser les choix et priorités dans les échanges extérieurs conformément aux orientations, décisions et directives en la matière déterminées par le gouvernement ;
- de stimuler le développement et l'intégration de la production nationale ;
- de favoriser la diversification des sources d'approvisionnement du pays et la réduction des importations et leurs coûts ;
- de contribuer à la promotion des exportations.

Malgré cette légère modification, le secteur privé reste soumis au régime des licences d'importation et se voit toujours interdit l'accès à la revente.

Avec la mise en place de la loi 90-10 dite « Loi sur la monnaie et le crédit » et de la loi de finance complémentaire pour 1990, apparaît enfin une réelle volonté d'instaurer la démonopolisation du commerce extérieur. Sur la base de ces deux lois la banque d'Algérie a procédé à l'élaboration d'un règlement relatif à l'agrément et à l'installation des concessionnaires en Algérie. Cette mesure a été élargie par la suite dans le cadre du programme d'ajustement structurel (PAS)<sup>2</sup> pour accorder l'autorisation d'importation de produits antérieurement touchés par le monopole de l'Etat à toute personne ou entreprise titulaire d'un registre de commerce<sup>3</sup>». A partir des années 2000, plusieurs modifications ont été apportées à la politique commerciale algérienne. Parmi ces modifications, nous pouvons citer :

- L'abaissement et la simplification des droits de douanes ;
- L'approfondissement du processus de démonopolisation des activités ;
- La libéralisation de la majorité des secteurs (télécommunication, transport, l'énergie, les mines...).

---

<sup>1</sup> Site de ministère du commerce, [www.mincommerce.gov.dz](http://www.mincommerce.gov.dz) (consulté le 16 /04/2015).

<sup>2</sup> PAS : figure parmi les conditionnalités du fonds monétaire international (FMI) dans le cadre de la libéralisation du commerce extérieur, et l'Algérie avec la mise en place de ce programme elle a dû démanteler, progressivement, les dernières restrictions aux échanges extérieurs.

<sup>3</sup> Décret exécutive n° 91-37 relatif à l'intervention du gouvernement dans le commerce extérieur.

## Chapitre II : Etat des lieux du commerce extérieur algérien

---

Ainsi, la politique commerciale a connu de nouvelles modifications avec notamment la promulgation d'un nouveau cadre législatif d'encadrement du commerce extérieur à travers l'ordonnance du 03-04 du 19 juillet 2003<sup>1</sup>, relative aux règles générales applicables aux opérations d'importation et d'exportation, en énonçant explicitement que les opérations d'importation et d'exportation se réalisent librement<sup>2</sup>. Et aussi la promulgation du Décret exécutif n°04-173 du 12 juin 2004 portant sur la composition et le fonctionnement du conseil national consultatif de promotion des exportations. En 2007, il y eut la création du programme Optimexport qui porte sur le renforcement des capacités exportatrices des entreprises Algériennes. Et 2009 il y a eu l'organisation du premier salon de l'exportation en parallèle avec la foire internationale d'Algérie visant à mettre les exportateurs algériens en contact direct avec des partenaires étrangers.

Sur le plan international, l'Algérie s'est engagée dans le processus d'ouverture économique et commercial qui s'est manifesté par l'adoption d'une stratégie menée à deux niveaux :

- Le premier est multilatéral, dans le cadre d'accession à l'organisation mondiale de commerce ;
- Le deuxième est régional dans le cadre d'un accord d'association avec l'Union Européenne et l'instauration d'une zone de libre-échange à l'horizon 2010, et de l'adhésion à la zone arabe de libre échange en 2009.

Après avoir présenté l'évolution du commerce extérieur algérien, on peut dire que cette évolution est passée par deux grandes phases primordiales : la première va de l'indépendance jusqu'à la fin des années 80 qui est caractérisée par l'adoption du mode de production socialiste, l'Etat est l'agent dominant dans le commerce extérieur, il est à la fois propriétaire des moyens de production et gestionnaire. L'un des principaux objectifs du projet algérien de développement, durant cette période, est l'indépendance vis-à-vis du marché mondial capitaliste. La deuxième phase commence avec la fin de la première. La stratégie du développement n'a pas abouti au décollage économique attendu, et l'économie algérienne est entrée dans une crise durable à la fin des années 80, contraignant les autorités à effectuer des réformes profondes qui la mettent sur la voie de l'économie du marché. L'ouverture commerciale est un volet central de cette transition.

---

<sup>1</sup> Le texte concerne uniquement les échanges de marchandises, alors que les échanges de services ne sont pas concernés par cette loi.

<sup>2</sup> Site du ministre du commerce, [www.mincommerce.gov.dz](http://www.mincommerce.gov.dz) (consulté le 16/04/2015).

### Section 2 : Analyse de la structure du commerce extérieur Algérien

Dans une économie mondiale de plus en plus ouverte, le commerce international évolue sans cesse, il est en changement perpétuel. L'économie algérienne n'est pas restée en marge de ces changements, le commerce extérieur jouit depuis longtemps, en Algérie d'un rôle économique.

Dans cette section, nous allons analyser la structure du commerce extérieur algérien à travers l'évolution des importations et les exportations.

#### 2.1. Tendances générales des échanges extérieurs algériens

**Tableau N°03** : Evolutions du commerce extérieur durant la période (2005- 2014)

Valeurs en millions USD

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Exportations	45 036	54 613	60 163	79 298	45 194	57 053	73 489	71 866	64 974	62 956
Importations	20 048	21 456	27 631	39 479	39 294	40 473	47 247	47 490	55 028	58 330
Balance commerciale	24 989	33 157	32 532	39 819	5 900	16 580	26 242	24 376	9 946	4 626

**Source** : Etabli par nous-mêmes à partir des données du Centre National de l'Information et Statistiques (CNIS).

D'après les données de ce tableau on constate que :

Les exportations algériennes sont en hausse depuis l'année 2005 en passant de 45,036 Milliards USD en 2005 pour atteindre une valeur de 79,298 Milliards USD en 2008. Ces exportations ont connues une baisse de 43% en 2009 par rapport à l'année 2008. On peut dire que l'augmentation des exportations durant cette période est liée directement au secteur de l'énergie qui occupe une place très importante dans les exportations algériennes.

La tendance générale des importations algériennes est croissante et l'évolution est très rapide. Les chiffres ont triplés entre 2005 et 2014, en passant de 20,048 Milliards USD à 58,330 Milliards USD.

L'augmentation des importations durant cette période peut être expliquée par l'augmentation des prix des produits sur les marchés internationaux et les fluctuations des taux de change. Cette situation reflète la dépendance de l'Algérie vis à vis de l'extérieur.

En ce qui concerne la balance commerciale, elle a enregistré un excédent commercial de plus en plus important entre 2005 et 2008 en passant de 24,989 à 39,018 Milliards USD. En 2009 une chute brutale a été enregistrée dans la balance commerciale due essentiellement à la



## Chapitre II : Etat des lieux du commerce extérieur algérien

baisse sensible des exportations durant cette année. Après l'année 2009 la balance commerciale a repris sa tendance haussière jusqu'à l'année 2012 tout comme les exportations.

Pour les deux dernières années 2013 et 2014 l'excédent de la balance commerciale a baissé sensiblement suite à la baisse des exportations accompagnée par une augmentation des importations.

### 2.2. La part des hydrocarbures dans les exportations de l'Algérie

La non diversification de l'économie nationale a fait de l'Algérie un pays mono exportateur par excellence. En remontant dans le temps, on s'aperçoit que l'économie algérienne est depuis longtemps basée essentiellement sur le pétrole et le gaz comme seule source de revenu et de financement des plans de développements comme le montrent les données du tableau et du graphe ci-après<sup>1</sup>.

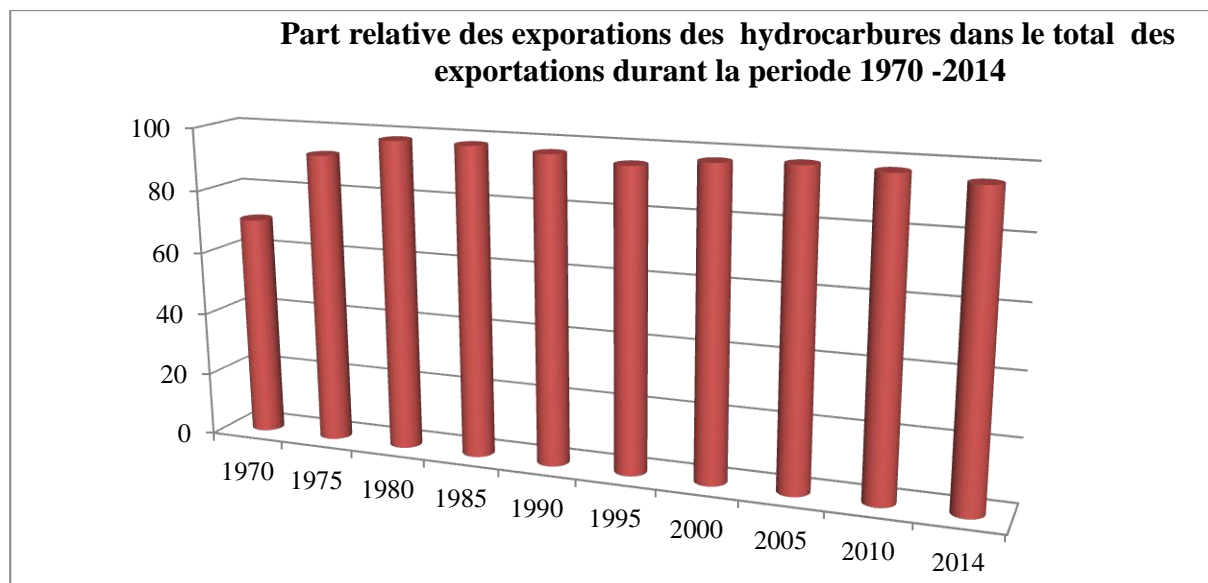
**Tableau N°04 :** Part relative des exportations des hydrocarbures dans le total des exportations durant la période 1970-2014

Parts des exportations des hydrocarbures en %	1970	1975	1980	1985	1990	1995	2000	2005	2010	2014
	70.2	92.3	98.2	98	96.9	94.9	97.2	98	97.3	95.5

Source : Ministère du commerce, Le commerce en revue, Documents publiés à l'occasion de la conférence nationale sur le Commerce Extérieur, Palais des Nations, Alger 30 et 31mai 2015.

<sup>1</sup> Ministère du commerce, Le commerce en revue, Documents publiés à l'occasion de la Conférence Nationale sur le Commerce Extérieur, Palais des Nations, Alger 30 et 31mai 2015.

**Graphique N°02 :** Evolution de la part relative des exportations des hydrocarbures durant la période 1970-2014



**Source :** Etabli par nous- mêmes à partir des données du tableau n°04.

### **2.3. La part des exportations hors hydrocarbures dans l'exportation globale de l'Algérie**

L'analyse des exportations hors hydrocarbures pour la période 2005-2014, nous montre que ces dernières restent marginales et ne représentent que 2 à 4,5% des exportations totales de l'Algérie .Tout de même, pour la première fois, l'année 2014 marque un record historique avec un niveau des exportations hors hydrocarbures dépassant les 2 milliards de dollar (soit 4,46% du total exporté).

**Tableau N°05:** La part des exportations hors hydrocarbures dans l'exportation globale de l'Algérie durant la période (2005-2014)

Année	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>La part des exportations hors hydrocarbures en%</b>	2,44	2,12	2,21	2,44	2,36	2,67	2,8	2,9	3,33	4,46

**Source :** Etabli par nous- mêmes à partir des données du Centre National sur l'Information Statistique (CNIS).

### 2.4. Répartition des échanges extérieurs par groupe de produits échangés durant l'année 2014

#### 2.4.1. L'importation

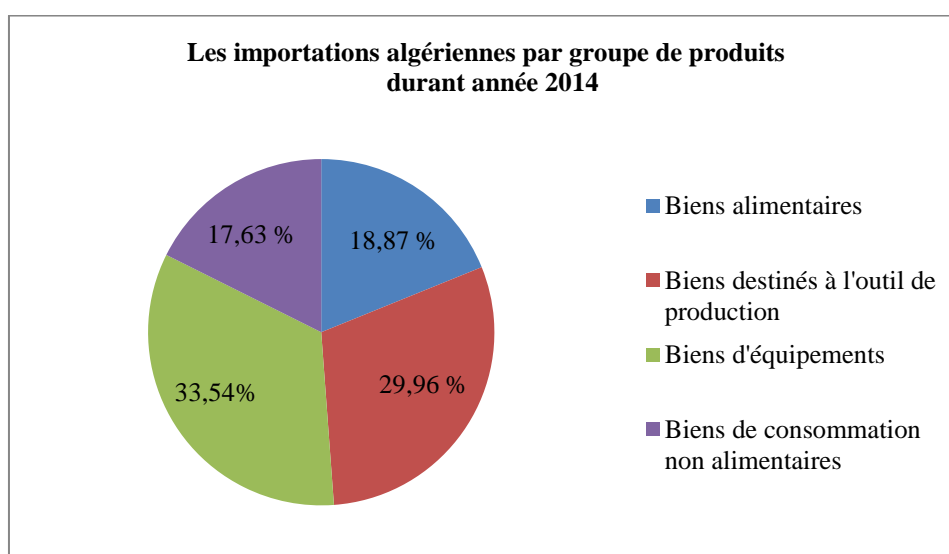
La structure des importations par groupe de produits durant l'année 2014 montre que les biens d'équipements occupent la première place avec plus 33% du total des produits importés, les biens destinés à l'outil de production viennent en deuxième positions avec 29,96 % du total des importations, suivis des biens alimentaires avec une proportion de 18,87. Pour les biens de consommation non alimentaire, ils viennent en dernière position avec une part de 17% au total des importations.

**Tableau N°06: Les importations algériennes par groupes de produits durant l'année 2014**

Groupe de produits	Valeur en millions USD	Structure (%)
Biens alimentaires	11,005	18,87
Biens destinés à l'outil de production	17,475	29,96
Biens d'équipements	19,563	33,54
Biens de consommation non alimentaire	10,287	17,63
<b>Total</b>	<b>58,330</b>	<b>100</b>

Source : Centre National de l'Information et des Statistiques (CNIS)

**Graphique N°03 : Répartition des importations algériennes par groupe de produits durant l'année 2014**

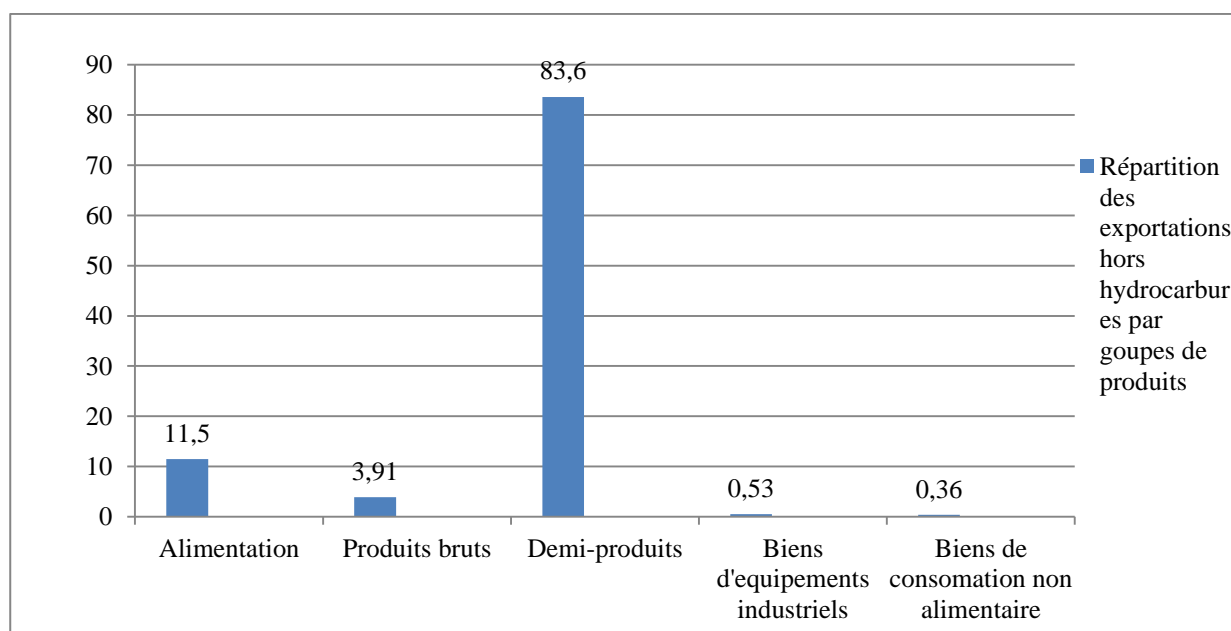


Source : Etabli par nous-mêmes à partir des données du tableau n°06.

### 2.4.2. L'exportation

La structure des exportations hors hydrocarbures nous montre que la catégorie demi-produits occupe la part la plus importante avec 83,6 % du total des exportations hors hydrocarbures. Les produits alimentaires viennent en deuxième positions avec 11,5% du total de ces exportations. Suivi des produits bruts avec de part de 3,91% des exportations total hors hydrocarbures, les autres produits ne présentent qu'une quantité très marginale et insignifiante avec un pourcentage de 0,53% pour les biens d'équipements industriels et 0,39% pour les biens de consommation non alimentaires.

**Graphique N°04 : Répartition des exportations hors hydrocarbures par groupes de produits**



Source : Etabli par nous-mêmes à partir des données d'ALGEX.

### 2.5. Répartition des échanges par région économique

En ce qui concerne la répartition par régions économiques au cours de l'année 2014, le tableau n°7 montre que l'essentiel de nos échanges restent toujours concentrés sur nos partenaires traditionnels à savoir<sup>1</sup>:

<sup>1</sup> Centre National de l'Informatique et des Statistiques, « Rubrique statistique du commerce extérieur algérien 2014 », (consulté le 16 /04/2015).

**Tableau N°07: Commerce extérieur de l'Algérie par régions économiques pour l'année 2014**

Valeur : milliards de dollars US

Région économiques	Import	Part en %	Export	Part en %
<b>Union Européen</b>	29,494	50,56	40,520	64,36
<b>O.C.D.E (Hors U .E)</b>	8,443	14,47	10,482	16,65
<b>Autres Pays d'Europe</b>	0,886	1,52	0,049	0,08
<b>Amérique du Sud</b>	3,796	6,51	3,005	4,77
<b>Asie</b>	12,576	21,56	4,851	7,71
<b>Océanie</b>	0,026	0,06	-	-
<b>Pays Arabes (Hors U.M.A)</b>	1,958	3,36	0,721	1,15
<b>Pays du Maghreb Arabe (U.M.A)</b>	0,711	1,22	3,248	5,16
<b>Pays d 'Afrique</b>	0,440	0,75	0,080	0,13
<b>Total</b>	58,330	100	62,956	100

Source : Réalisé à partir des données du Centre National sur l'Information Statistique (CNIS).

### 2.5.1. L'Union Européen

Les pays de l'Union Européenne (U.E) sont les principaux partenaires de l'Algérie, avec des proportions respectives de 50,56% pour les importations et de 64,36% pour les exportations.

A l'intérieur de cette région économique, on peut relever que notre principal client est, l'Espagne qui absorbe plus de 15,43% des ventes algériennes à l'étranger suivie par l'Italie 13,29% et la France 10,71%.

### 2.5.2. Les pays de l'O.C.D.E (hors UE)

Pour les pays de l'O.C.D.E (hors UE), ils viennent en deuxième position comme clients de l'Algérie avec une proportion de 16,65% des produits algériens destinés à l'étranger. Quant à l'importation de l'Algérie, ces pays occupent la troisième position parmi les fournisseurs de l'Algérie en 2014 avec une part de 14,47%.

### 2.5.3. Les pays de l'Asie

Les pays asiatiques se classent en deuxième place de nos fournisseurs avec une proportion de 21,56%, par contre les exportations algériennes vers cette région demeurent relativement faibles avec part de 7,71%.

### 2.5.4. Les autres régions du monde

Les échanges commerciaux entre l'Algérie et les autres régions restent marqués par de faibles proportions. Les échanges avec les pays du Maghreb (U.M.A), restent faibles avec une part de 1,22% pour les importations et 5,16% pour les exportations. Le même constat est relevé pour les pays Arabes (hors U.M.A) avec des taux d'échanges faibles qui se sont traduits par une part de 3,36% pour les importations et 1,15% pour les exportations.

Les échanges commerciaux avec les pays d'Afrique restent très faibles avec des parts de 0,75% des importations (440 millions USD) et de 0,13% des exportations (80 millions USD) en 2014<sup>1</sup>.

### 2.6. Les principaux partenaires de l'Algérie

#### 2.6.1. Les principaux clients de l'Algérie

Durant l'année 2014, l'Espagne a été le principal client de l'Algérie avec une part de 15,43% des ventes Algériennes à l'étranger suivie par l'Italie 13,29% et la France 10,71%.

Le tableau suivant donne la valeur et la part des principaux clients de l'Algérie, pour l'année 2014, il montre clairement que l'essentiel de nos ventes reste toujours polarisé sur nos partenaires traditionnels<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Centre National de l'Informatique et des Statistiques, « Rubrique statistique du commerce extérieur algérien 2014 », (consulté le 16 /04/2015).

<sup>2</sup> Ministère du commerce, Commerce Extérieur de l'Algérie Année 2014, Documents publiés à l'occasion de la conférence nationale sur le Commerce Extérieur, Palais des Nations, Alger 30 et 31mai 2015.

**Tableau N°08: Les principaux clients de l'Algérie en 2014.**

U: Milliards USD

<b>Principaux Clients</b>	<b>Valeurs</b>	<b>Part en (%)</b>
<b>Espagne</b>	9,713	15,43
<b>Italie</b>	8,369	13,29
<b>France</b>	6,744	10,71
<b>Grande Bretagne</b>	5,482	8,71
<b>Pays Bas</b>	5,080	8,07
<b>Etas Unis d'Amérique</b>	4,691	7,45
<b>Turquie</b>	2,905	4,61
<b>Brésil</b>	2,709	4,30
<b>Belgique</b>	2,155	3,42
<b>Chine</b>	1,817	2,89
<b>Portugal</b>	1,635	2,60
<b>Tunisie</b>	1,584	2,52
<b>Canada</b>	1,547	2,46
<b>Maroc</b>	1,381	2,19
<b>Japon</b>	1,257	2,00
<b>Sous Total</b>	<b>57,069</b>	<b>90,65</b>
<b>Sous Total (autres pays)</b>	<b>5,887</b>	<b>9,35</b>
<b>Total Général</b>	<b>62,956</b>	<b>100</b>

Source : Centre National de l'Information et des Statistiques (CNIS)

### **2.6.2. Les principaux fournisseurs de l'Algérie**

La chine représente le principal fournisseur de l'Algérie durant l'année 2014, elle a expédié plus de 14 % de nos importations, suivie par la France 10,87% et l'Espagne et l'Italie avec une part identique de 8,54%.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Ministère du commerce, Commerce Extérieur de l'Algérie Année 2014, Documents publiés à l'occasion de la Conférence Nationale sur le Commerce Extérieur, Palais des Nations, Alger 30 et 31mai 2015.

**Tableau N°09: Les principaux fournisseurs de l'Algérie 2014**

U: Milliards USD

<b>Principaux Fournisseurs</b>	<b>Valeurs</b>	<b>Part en (%)</b>
<b>Chine</b>	8,197	14,05
<b>France</b>	6,342	10,87
<b>Italie</b>	4,983	8,54
<b>Espagne</b>	4,982	8,54
<b>Allemagne</b>	3,774	6,47
<b>USA</b>	2,858	4,90
<b>Turquie</b>	2,123	3,64
<b>Argentine</b>	1,932	3,31
<b>République de Corée</b>	1,625	2,79
<b>Grande Bretagne</b>	1,419	2,43
<b>Brésil</b>	1,380	2,37
<b>Inde</b>	1,195	2,05
<b>Suisse</b>	1,169	2,00
<b>Pays-Bas</b>	1,060	1,82
<b>Belgique</b>	0,920	1,58
<b>Sous Total</b>	<b>43,959</b>	<b>75,36</b>
<b>Sous Total (autres pays)</b>	<b>14,371</b>	<b>24,64</b>
<b>Total Général</b>	<b>58,330</b>	<b>100</b>

Source : Centre National de l'Information et des Statistiques (CNIS)

Après l'analyse de la structure du commerce extérieur algérien durant l'année 2014, on peut dire que la situation de notre commerce extérieur est assez claire : forte dépendance à l'égard des hydrocarbures et faible diversification des exportations. Cette situation de dépendance n'est pas le fruit du hasard, elle s'inscrit, en réalité, dans le contexte historique marqué par des orientations et des choix de politique commerciale.



### Section 3 : Les contraintes et les risques inhérents au processus d'exportation des entreprises algériennes

L'entreprise Algérienne a toujours fait l'objet de débats centrés particulièrement sur son statut dans la politique de développement économique et social. Elle a été au centre de la stratégie industrielle et constitue l'outil privilégié de la stratégie de développement économique mise en œuvre par l'État. Les réformes de l'industrie publique, qui remontent à 1989, accentuées par les réformes, dites de seconde génération, dans le cadre du programme d'ajustement structurel (1994-1998) imposées par les institutions de Breton Woods, sont la preuve de l'échec des tentatives visant à développer un secteur industriel hors l'industrie pétrolière, compétitif et capable de participer d'une manière efficace à l'effort d'exportation qui reste jusqu'à maintenant monopolisé par le secteur des énergies, qui toujours constitue l'essentiel, voir la quasi-totalité des exportations. En effet, la situation actuelle de nos exportations hors hydrocarbures restent faibles, peu diversifiées et contribuent de façon marginale aux ressources de la nation, comme nous l'avons vu dans la section précédente.

Dans cette section nous présenterons les risques liés aux opérations du commerce extérieur en Algérie, ainsi que les facteurs de faiblesse des exportations hors hydrocarbures, en mettant la lumière sur l'environnement défavorable de l'entreprise algérienne et la faiblesse de l'accompagnement des exportateurs qui ont besoin d'être formés, informés et soutenus pour surmonter leurs frilosités, prospecter et connaître les marchés extérieurs et mettre aux normes et aux standards internationaux leurs produits.

#### 3.1. Les risques liés aux opérations du commerce extérieur en Algérie

Le commerce extérieur en Algérie qui constitue une des sources principales de son économie est un secteur sensible et exposé aux différents risques, parmi lesquels nous pouvons citer :

##### 3.1.1. Le risque commercial

Ce risque est réalisé lorsque l'acheteur ne s'est pas acquitté de sa dette qu'il soit personne morale ou physique et non une administration publique ou une société chargée d'un service public et que le non-paiement n'est pas dû à l'inexécution des clauses et conditions du contrat par l'assuré mais provient d'une carence ou de l'insolvabilité de l'acheteur<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Article 5 de l'ordonnance 96 – 06 du 10 janvier 1996 relative à l'assurance-crédit à l'exportation.

### 3.1.2. Le risque politique

Ce risque est réalisé lorsque l'acheteur ne s'est pas acquitté de sa dette, que le non-paiement n'est pas dû à l'inexécution des clauses et conditions du contrat et que<sup>1</sup> :

- l'acheteur est une administration publique ou une société chargée d'un service public ou que l'opération d'exportation donne naissance à une obligation contractée par une administration publique ou une société chargée d'un service public;
- résultant des causes suivantes :
  - guerre civile ou étrangère, révolution, émeutes et autres faits analogues survenus dans le pays de résidence de l'acheteur.
  - moratoire édicté par les autorités du pays de résidence de l'acheteur.

### 3.1.3 Le risque de non-transfert

Ce risque est réalisé lorsque des événements politiques, des difficultés économiques ou la législation du pays de résidence de l'acheteur empêchent ou reportent le transfert des fonds versés par ce dernier<sup>2</sup>.

### 3.1.4. Le risque de catastrophes naturelles

Ce risque est réalisé lorsque l'acheteur ne s'est pas acquitté de sa dette par suite de la survenance, dans son pays de résidence d'un cataclysme, tel que tremblement de terre, inondation, raz-de-marée, cyclone et irruption volcanique, lequel a affecté directement son activité et sa solvabilité<sup>3</sup>.

### 3.1.5. Le risque de change

L'importateur peut subir une perte si la monnaie de paiement s'apprécie, c'est-à-dire, il paie une somme supérieure à celle prévue. Si l'opération concerne un exportateur algérien, ce dernier subira la perte si la monnaie de paiement se déprécie, c'est-à-dire il reçoit une somme inférieure à celle prévue.

### 3.1.6. Le risque lié au transport de la marchandise

A côté des risques cités ci-dessus nous pourrions rajouter le risque lié au transport de la marchandise. En effet, les marchandises acheminées de part et d'autres des frontières dans le cadre des échanges internationaux sont soumises à de nombreux risques particuliers( perte, vol ,casses , mouille...).A ces derniers s'ajoutent bien sûr les risques liés aux diverses opérations auxiliaires , manutention , chargement , déchargement et entreposage.

---

<sup>1</sup> Article 6 de l'ordonnance 96 – 06 du 10 janvier 1996 relative à l'assurance-crédit à l'exportation.

<sup>2</sup> Article 7 de l'ordonnance 96 – 06 du 10 janvier 1996 relative à l'assurance-crédit à l'exportation.

<sup>3</sup> Article 8 de l'ordonnance 96 – 06 du 10 janvier 1996 relative à l'assurance-crédit à l'exportation.

### 3.2. Les facteurs de faiblesse des exportations hors hydrocarbures

La faiblesse des exportations hors hydrocarbures s'explique par les divers dysfonctionnements et défaillances d'ordre économique, et organisationnel auxquels n'échappent pas les entreprises exportatrices ou potentiellement exportatrices. Nous pouvons aborder deux types de facteurs entravant les entreprises à exporter :

#### 3.2.1. Les facteurs externes à l'entreprise

Ce sont les facteurs caractérisant l'environnement institutionnel et organisationnel du monde des affaires. Ces contraintes apparaissent tout au long de l'opération d'exportation, à commencer par la prospection jusqu'au règlement final en passant par la négociation, l'acheminement, les opérations douanières et le transport. Elles conduisent essentiellement à augmenter les coûts de transaction, dissuadant ainsi les entreprises d'exporter<sup>1</sup>.

##### 3.2.1.1. Contraintes liées à la prospection

Les contraintes subies par les exportateurs sont inhérentes aux coûts liés à la phase de prospection sachant qu'une grande partie ne rentre pas dans la nomenclature couverte par le FSPE<sup>2</sup> et au manque d'informations sur les marchés. L'entreprise est ainsi obligée d'assurer elle-même les dépenses de prospection, sachant que les services fiscaux ne reconnaissent pas les factures émises à l'étranger. Nous pouvons noter également l'inexistence de crédit à la prospection.

##### 3.2.1.2. Complexité des procédures douanières

La plupart des entreprises se plaignent de la complexité des procédures douanières et administratives à l'exportation, ce qui a des conséquences néfastes en termes de délais et de coûts de transaction. Nous pouvons relever à ce niveau certains problèmes tels que : les longs délais d'intervention et d'inspection des services douaniers<sup>3</sup>.

##### 3.2.1.3. Contraintes liées à la logistique et aux infrastructures portuaires

La maîtrise des opérations logistiques revêt une importance capitale en matière de coût, de délai et de qualité. Ainsi, des exportateurs rencontrent des difficultés liées à la logistique. Cela se manifeste par : la cherté des frais de transport et l'inadaptation des moyens de transport pour certains produits fragiles (verre) ou périssables (produits laitiers), l'insuffisance de la

---

<sup>1</sup> Samia LEFGOUM, Les exportations hors hydrocarbures en Algérie : quelles contraintes et quelles stratégies pour leur développement ? , Communication présentée lors des journées d'études organisées par l'université de Béjaïa en collaboration avec la Chambre de Commerce et d'Industrie de la Soummam de Béjaïa (CCISB) portant sur le thème « Les entreprises algériennes face au développement des exportations hors hydrocarbures : entre défis et contraintes », les 23 et 24 juin 2013.P.16.

<sup>2</sup> Fonds Spécial pour les Exportations (FSPE) c'est un organisme destiné à apporter un soutien financier aux exportateurs dans leurs actions de promotion et de placement de leurs produits sur les marchés extérieurs.

<sup>3</sup> Samia LEFGOUM, op.cit.P.16.

logistique portuaire et la non maîtrise de la chaîne logistique, notamment lors des opérations de chargement et déchargement, qui influent aussi bien sur les coûts d'exploitation des navires que sur les coûts d'acheminement de la marchandise. Les exportateurs subissent également des frais supplémentaires occasionnés par les escales pour attentes prolongées des navires, lenteur des cadences de manutention, et le formalisme poussé à l'extrême des contrôles<sup>1</sup>. Ajouter à cela les retards accusés dans le transport des produits d'origine algérienne comme le souligne M. Benini « Les plus grandes difficultés sont celles que rencontre l'exportateur sur la chaîne logistique. Un produit devrait normalement arriver à son destinataire en deux ou trois jours. Or, aujourd'hui, nous sommes sur des délais qui varient de 10 à 15 jours, parfois davantage, ce qui est excessif, notamment si on veut exporter des produits frais»<sup>2</sup>.

### 3.2.1.4. Inadaptation des techniques de financement

Les entreprises jugent qu'il y a absence de crédit à l'export, ces entreprises recourent donc aux fonds propres et ce sont toutes des entreprises privées. En termes de procédures bancaires, les exportateurs bénéficient exactement du même régime que les importateurs. En outre, le délai de rapatriement des recettes d'exportation, fixé à 120 jours, limite les banques dans leur possibilité d'accroître des crédits aux exportateurs, ce qui a des conséquences lors de la négociation, en ce qui concerne les conditions et le délai de paiement<sup>3</sup>. On note également, la difficulté pour les exportateurs de payer des services acquis à l'étranger à partir de leurs comptes en Algérie. A ce titre, la possibilité pour les exportateurs de bénéficier d'une part en devises de leurs exportations est un avantage, mais il existe des limitations qui en atténuent l'intérêt et qui concernent la part des recettes perçues directement en devises (limité à 50%) et la liberté quant à leur utilisation par l'exportateur (limité à 10% des montants exportés)<sup>4</sup>.

### 3.2.1.5. Les contraintes procédurales

Ces contraintes continuent de peser sur la volonté d'exportation; le rapport « doing business » dans son édition 2014 précise que pour exporter en Algérie, le candidat doit fournir un dossier de 8 documents et attendre 17 jours pour pouvoir expédier sa marchandise; les coûts liés à l'exportation sont estimés à 1198 dollars par conteneur.

---

<sup>1</sup>ibid.

<sup>2</sup>Mohamed BENINI, Expert en commerce et Ex Directeur Général d'ALGEX, « les plus grandes difficultés pour l'exportateur sont sur la chaîne logistique », Revue actualité économique en Méditerranée, Econostrum.info, 09 Juin 2009.

<sup>3</sup> Ces contraintes portent notamment sur les règlements 91-13 du 14/08/1997 relatif à la domiciliation et aux règlements financiers des exportations et le règlement 95-07 du 13/12/1995 relatif au contrôle des changes

<sup>4</sup> Samia LEFGOUM, op.cit.P.17.

### 3.2.3. Les facteurs internes à l'entreprise

Ce sont les facteurs relevant du comportement des entrepreneurs algériens expliquant le pourquoi de l'absence des entreprises algériennes sur les marchés étrangers, ces facteurs peuvent être résumés dans les points suivants<sup>1</sup> :

- Les entreprises orientent leurs activités essentiellement vers le marché intérieur où l'informel commence à devenir une réelle contrainte ;
- La prépondérance des très petites entreprises (TPE) dans le tissu productif algérien constitue un réel handicap à l'exportation dans la mesure où ce type d'entreprises ne peut pas tirer profit d'économie d'échelle que permettent la diversification et l'élargissement de la gamme de produits ;
- Les entreprises algériennes sont souvent concentrées dans des activités à faible valeur ajoutée et se focalisent dans la production de biens de consommation dans le but de satisfaire la demande locale ;
- L'absence des entreprises algériennes sur le marché international s'explique aussi par le fait que celles-ci se concentrent dans les secteurs des biens où il n'y a pratiquement aucune exigence normative et de qualité, ce qui explique aussi le pourquoi du choix, statutaire des entreprises à se constituer plutôt en structure statutaire simple. Plus de 95 % des PME est formé de micro entreprises, et près de 32 % d'entre elles, opèrent dans l'industrie manufacturière (Agroalimentaire, textiles, cuirs...). On distingue par ailleurs que juste 5% des entreprises sont constituées, en sociétés par action (SPA), statut mieux adapté à l'orientation stratégique, mais les entreprises, en général, sont très peu initiées au mode de gouvernance de ce types de sociétés ;
- L'incapacité des entrepreneurs à s'exprimer sur le marché international par méconnaissance des pratiques liées à l'exercice de cette activité ;
- L'absence dans les entreprises de structures à même de prendre en charge la fonction exportation (marketing international, services juridiques spécialisés,...) ;
- L'absence de circuits de distribution spécifiques et de services après-vente pour faciliter à la fois leurs opérations commerciales ou pour prospecter les marchés ;
- La qualité des produits et services, résultat du retard technologique des entreprises algériennes dû à son tour à l'état des équipements qui ne répondent plus, pour la plupart, aux normes internationales, et au faible niveau de formation du personnel pouvant

---

<sup>1</sup>Sabrina DJMAI, Les PME exportatrices : Croissance Economique hors hydrocarbures, Communication présentée l'ors du colloque international sur le thème : Evaluation des effets des programmes d'investissements publics 2001-2014 et leurs retombées sur l'emploi, l'investissement, la croissance économique, Université de Sétif, les 11et 12 mars 2013.

prendre en charge des équipements modernes. L'offre nationale de produits à l'exportation est insuffisante en termes de qualité ;

- Le peu d'expérience en matière d'exportation constitue un autre facteur qui explique l'engagement timide des entreprises algériennes à l'exportation. En effet, l'engagement des entreprises, notamment privées, dans l'exportation est assez récent.

### 3.2.4 Les contraintes de développement des exportations algériennes

Les contraintes de développement des exportations en Algérie ont fait l'objet de plusieurs débats et rencontres et sont globalement connues. Les experts des organisations internationales telles que la Banque Mondiale et le FMI se sont à maintes reprises penchés sur la problématique de la faiblesse des exportations hors hydrocarbures en Algérie. Des études diagnostiques en matière d'exportation fort intéressantes ont été également menées en 2003 et 2004 pour le compte d'ANEXAL<sup>1</sup> en partenariat avec la Société Financière Internationale. Avant 1996, l'exportation ne bénéficiait pas d'un traitement privilégié et encore moins d'une politique et d'une stratégie appropriée. Il n'existait pas d'avantages particuliers pour encourager les managers à exporter en dehors du fait que la réglementation leur permettait de conserver les 50% des recettes en devises. Ce n'est qu'à partir de cette date que les pouvoirs publics avaient réfléchi à la mise en place d'un dispositif de promotion de ce secteur et d'un cadre incitatif par la publication d'un arsenal juridique venant encadrer le commerce extérieur<sup>2</sup>.

La promulgation de l'ordonnance n° 03-04 du 19 juillet 2003<sup>3</sup> consacre une bonne partie à la promotion des exportations. Mais, force est de constater que douze années après sa publication, la structure des exportations n'a pas évolué. Contre toute attente, ce sont les importations qui ont connu un accroissement fulgurant. Si la volonté politique de diversification des exportations est clairement affichée, il faudrait s'atteler à éliminer les obstacles, de toute nature, qui handicapent sérieusement l'acte d'exportation et qui découragent les managers désirant exporter.

Les principaux obstacles qui entravent le développement d'un secteur exportateur performant et diversifié peuvent être les suivants<sup>4</sup> :

- un système productif non diversifié et marqué par une forte dépendance de l'étranger en inputs et en équipements. Cette forte dépendance des fournisseurs étrangers conjugués à

---

<sup>1</sup> Association Nationale des Exportateurs Algériens (ANEXAL).

<sup>2</sup> Ministère du commerce, Le commerce en revue, Documents publiés à l'occasion de la conférence nationale sur le Commerce Extérieur, Palais des Nations, Alger 30 et 31 mai 2015.

<sup>3</sup> L'ordonnance n° 03-04 du 19 juillet 2003, relative aux règles générales applicables aux opérations d'importation et d'exportation de marchandises.

<sup>4</sup> Ministère du commerce, Le commerce en revue, Documents publiés à l'occasion de la conférence nationale sur le Commerce Extérieur, Palais des Nations, Alger 30 et 31 mai 2015.

- la dépréciation du dinar se traduisent par un renchérissement inévitable des produits fabriqués, donc, leur incapacité à rivaliser avec les produits étrangers ;
- le manque de tradition des entreprises algériennes en matière d'exportation et de gestion des activités et des risques à l'international ;
  - la non valorisation du produit algérien à l'étranger ;
  - l'absence d'une politique commerciale agressive à l'international ;
  - l'absence de représentation commerciale à l'étranger ;
  - la réglementation des changes reste contraignante. Les mesures prises par la Banque d'Algérie en ce qui concerne l'allongement du délai de rapatriement des devises restent insuffisantes ;
  - le manque d'un guichet unique pour décharger l'exportateur des démarches administratives ;
  - La formulation d'une stratégie nationale d'exportation n'aura de sens que dans la mesure où elle doit avoir pour objectifs le soutien et l'accompagnement des entreprises dans leurs démarches d'exportation. Pour y parvenir, elle devrait, au préalable, identifier les véritables goulots d'étranglement et procéder à leur élimination ;
  - Le marché mondial très exigeant et la concurrence est rude. Il est nécessaire à toute société qui veut aller vers l'international de répondre aux normes et exigences internationales<sup>1</sup>.

On constate que la faiblesse des exportations hors hydrocarbures est liée avant tout à un marché interne beaucoup plus rémunérateur et moins risqué que l'exportation. Bien sûr ce phénomène se dédouble et est expliqué par de nombreux obstacles au bon fonctionnement et au développement des entreprises, obstacles auxquels n'échappent pas les entreprises exportatrices ou candidates à l'exportation, un secteur agricole qui n'arrive même pas à satisfaire la moitié des besoins alimentaires locaux, la prégnance de réflexes bureaucratiques qui caractérisent l'environnement juridico-économique dans plusieurs domaines ( bancaire, douanier, fiscal, des transports et communications), ainsi que dans le domaine de l'information commerciale qui rend la chaîne logistique à l'export extrêmement complexe et très coûteuse et les pouvoirs publics n'ont pas de stratégie, ou tout au moins de programme d'actions clair, pour dynamiser les exportations.

---

<sup>1</sup> Il est difficile par exemple d'exporter vers l'Union Européenne, compte tenu des certifications et autres labels imposés dans cet espace.

### Conclusion du chapitre

l'Algérie est un vaste pays riche, à la fois par son sous-sol qui renferme une diversité de matières premières, par sa diversité géographique favorable pour la localisation de divers projets économiques ainsi que par son marché national, L'autre particularité de l'Algérie est le fait qu'elle représente un point de jonction liant à la fois l'Europe développée à l'Afrique, sous-développée , Malgré tous ces avantages géoéconomiques, l'Algérie demeure un pays mono-exportateur .Plus de 95% du total des exportations sont des hydrocarbures, les 5% qui restent représente les exportations hors hydrocarbures .

Le souci majeur des pouvoirs publics dans les diverses politiques commerciales et les différents mécanismes et stratégie mis en œuvre est de mener à bien l'état du commerce extérieur. Pour permettre de corriger le handicap persistant de l'économie Algérienne, et particulièrement la stabilisation de la balance commerciale à partir les exportations hors hydrocarbures.

En effet, la baisse significative et probablement durable des prix des hydrocarbures et le poids de plus en plus lourd des investissements requis par ce secteur, nous interpelle d'ores et déjà à la mise en place d'une stratégie complémentaire de promotion des exportations hors hydrocarbures réellement motrice et efficace.



## **Chapitre III : Les dispositifs et mesures mis en œuvre dans le cadre de la stratégie nationale de promotion des exportations hors hydrocarbures**

### **Introduction**

L'Algérie doit sortir du borbier de sa dépendance à la manne pétrolière, pour cela elle se doit mettre en place les réformes économiques nécessaires pour diversifier son économie. Elle est Aujourd'hui, en bonne position pour réaliser ses considérables potentialités économiques, tenir un rôle stratégique dans la région et contribuer à l'intégration économique entre l'Afrique du Nord, l'Europe, l'Asie, etc. Donc le principal défi est celui de la diversification de l'économie, l'amélioration de la productivité et la forte création d'emplois reposant sur un nouveau modèle de croissance qui doit être plus à l'abri de la volatilité des prix du pétrole.

Le présent chapitre, composé de trois sections, fera l'objet d'étudier comment l'Algérie fait face aux défis de la promotion de ses exportations hors hydrocarbures.

Dans la première section nous présenterons les dispositifs mis en place par les pouvoirs publics algériens pour promouvoir les exportations hors hydrocarbures. Nous évoquerons dans la deuxième section les différents mesures incitatives aux exportations hors hydrocarbure. Quant à la troisième section, elle sera consacrée à la présentation des accords préférentiels conclus par l'Algérie dans le cadre de sa politique de promotion des exportations hors hydrocarbures.

## **Section 1 : Les dispositifs mis en place par les pouvoirs publics algériens pour promouvoir les exportations hors hydrocarbures**

A la faveur de la politique des restructurations d'économie et des échanges imposées par les nouveaux enjeux du commerce international, l'Algérie s'efforce de traduire dans les faits un certain nombre d'actions destinées à impulser le développement de ses échanges extérieurs.

Parmi ces actions, il y a eu la création de différents organismes ayant pour but la promotion des exportations hors hydrocarbures et la mise en place des instruments de soutien et mesures d'encouragement qui feront l'objet de cette présente section.

### **1.1. L'Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX)**

#### **1.1.1. Présentation de l'ALGEX**

L'agence nationale de promotion du commerce extérieur (ALGEX) est un organisme étatique sous la tutelle du ministère du commerce, il s'agit d'un établissement public à caractère administratif, doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière<sup>1</sup>. Elle est l'une des institutions les plus importantes chargée de la promotion des exportations hors hydrocarbures. Les missions dévolues à celle-ci montrent son importance particulière dans le développement du commerce extérieur algérien : la contribution à l'élaboration de la stratégie de promotion des exportations hors hydrocarbures ; la vulgarisation et la mise à disposition de l'information commerciale, économique et technique nécessaire à la conduite des opérations du commerce extérieur ; la mise en place d'un portail d'informations permettant aux opérateurs de se renseigner en ligne sur différents aspects du commerce extérieur ; l'accompagnement et assistance des entreprises lors des foires et manifestations économiques et commerciales organisées à l'étranger ; la mise en relations d'affaires et placement d'offres de produits sur les marchés extérieurs, etc.

Enfin, ALGEX, depuis 2009, organise chaque année le salon Djazair export. Ce rendez-vous économique qui vise à mettre en valeur l'offre algérienne à l'export, bénéficie de l'assistance de la SAFEX qui gère le palais des expositions des pins maritimes, mais aussi de l'implication du partenaire français Ubifrance, à travers le programme optimexport financé par l'agence française de développement, qui propose son expertise en matière d'organisation et son aide à la prise en charge d'une partie des frais occasionnés par un tel salon d'envergure internationale.

---

<sup>1</sup> ALGEX appelée à remplacer l'office national de promotion des exportations (PROMEX) par le décret exécutif n° 04-174 du 12 juin 2004.

## **Chapitre III : Les dispositifs et les mesures mis en œuvre dans le cadre de la stratégie nationale de promotion des exportations hors hydrocarbures**

---

La diffusion de l'information se fait à travers les différents moyens mis en place par l'Agence pour répondre aux besoins des opérateurs. Le Guichet **Dar El Moussadir** créé en 2008 est un espace approprié pour l'information commerciale, le conseil et l'orientation, ainsi que pour les contacts entre les différents acteurs du processus de l'exportation. Au cours de l'année 2010, 219 opérateurs ont été reçus<sup>1</sup>.

### **1.1.2. Les objectifs et les missions d'ALGEX**

Les objectifs et missions assignés à cet organisme sont les suivants<sup>2</sup> :

#### **1.1.2.1. Les objectifs de l'ALGEX**

- Concevoir un système d'information économique et commerciale articulé autour des chambres de commerce et d'industrie ;
- Devenir un partenaire écouté de tous les professionnels du commerce international ;
- Devenir le premier serveur national d'informations économiques et commerciales ;
- Devenir le point focal des systèmes internationaux d'informations économiques et commerciales ;
- Organisation de séminaires, journées d'étude et tables rondes sur le commerce extérieur et les activités connexes ;
- Mise en relation d'affaires des opérateurs économiques avec des opérateurs étrangers via le réseau d'information.

#### **1.1.2.2. Les missions de l'ALGEX**

- Un lieu où les opérateurs économiques s'informent sur toutes les questions relatives au commerce international ;
- Un lieu d'écoute des exportateurs ;
- Un lieu où les exportateurs trouvent des interlocuteurs disponibles à les écouter à les orienter et les aider à solutionner leurs problèmes ;
- Un lieu où le savoir et les progrès sont des valeurs communes et sont partagées ;
- Un lieu convivial où les amitiés durables se nouent autour des préoccupations communes ;
- Un lieu où le service public prend toute sa signification ;
- Un lieu où les technologies nouvelles en matière de transactions commerciales seront une réalité ;

---

<sup>1</sup> Mohamed BENINI, « Forum du Commerce Extérieur », Revue d'Algex, n°10- 3<sup>ème</sup> trimestre 2011, P. 41.

<sup>2</sup> Site web de l'Agence Nationale pour la Promotion du Commerce Extérieur : [www.algex.dz](http://www.algex.dz). (consulté 15/05/2015).

### **Chapitre III : Les dispositifs et les mesures mis en œuvre dans le cadre de la stratégie nationale de promotion des exportations hors hydrocarbures**

---

- Un lieu où le service des opportunités d'affaires est identifié et les formalités administratives réalisées.

#### **1.2. Le Fonds Spécial de Promotion des Exportations (FSPE)**

Institué par la Loi de finances pour 1996, le Fonds Spécial Pour la Promotion des Exportations (FSPE) est destiné à apporter un soutien financier aux exportateurs dans leurs actions de promotion et de placement de leurs produits sur les marchés extérieurs. Le FSPE a mis en œuvre deux rubriques de soutien aux exportations (sur les cinq rubriques initialement prévues)<sup>1</sup> :

- 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 ;
- **Pour le remboursement des frais de transport**

Ces taux de remboursement sont de 25 % pour le transport des marchandises exportées et de 65 % et 35 % pour les frais de participation aux foires à l'étranger.

- **Pour le remboursement des frais liés aux participations aux foires à l'étranger**

Le Ministère du Commerce dispose d'un deuxième instrument pour la promotion des exportations hors hydrocarbures à travers l'organisation des foires à l'étranger : il s'agit de la programmation des participations officielles de l'Algérie aux foires internationales et aux expositions spécifiques de produits algériens organisées dans des pays ciblés. Cette programmation s'effectue annuellement dans le cadre d'un comité national intersectoriel, siégeant au Ministère du Commerce et composé des représentants des principaux départements ministériels : MAE, Industrie, PME, Tourisme, CACI, ALGEX et des représentants des exportateurs à travers leur association, ANEXAL. Ce programme annuel comporte une dizaine de participations aux foires internationales et expositions spécifiques de produits algériens, qui bénéficient du taux de soutien à hauteur de 65%.

Il est à noter que les autres participations des entreprises à des foires ou salons à l'étranger, à titre individuel, bénéficient d'un soutien à hauteur de 35 %.

---

<sup>1</sup> Ati TAKARLI, « Les exportations hors hydrocarbures algériennes », Communication présentée à l'occasion de la tenue de la Convention France Maghreb, Paris, les 5 et 6 février 2008, P.7.

### **Chapitre III : Les dispositifs et les mesures mis en œuvre dans le cadre de la stratégie nationale de promotion des exportations hors hydrocarbures**

---

Il est également à signaler que, parallèlement à ce dispositif, les participations aux autres salons sectoriels à l'étranger, peuvent bénéficier du soutien d'institutions sectorielles que sont L'ANART, la Chambre Nationale d'Agriculture ou l'ONT.

Enfin, il y a lieu de préciser que les modalités de fonctionnement du compte d'affectation spécial concernant le FSPE sont précisées par le décret exécutif du 08 juillet du 19 janvier 2008<sup>1</sup>.

#### **1.3. Le Fonds National de Régulation et Développement Agricole (FNRDA)**

Institué par la Loi de finances pour 2000, le Fonds National de Régulation et de Développement Agricole (FNRDA), est destiné à apporter un soutien financier à tout exportateur intervenant dans le domaine de l'exportation de dattes uniquement<sup>2</sup>.

Le soutien accordé par le FNRDA concerne :

- La prise en charge partielle du taux d'intérêt du crédit d'exploitation accordé par les banques algériennes à hauteur de trois pour cent (3%) et ce, au titre du crédit consommé dans la limite du montant du chiffre d'affaires réalisé à l'exportation durant la même période ;
- L'octroi d'une prime d'incitation à l'exportation de :
  - Cinq (5) Dinars par Kilogramme pour les dattes en vrac (dattes naturelles ayant subi les opérations de désinsectisation, de triage et de mise en emballage allant jusqu'au 12Kg) ;
  - Huit (8) Dinars par Kilogramme pour les dattes conditionnées en emballages divisionnaires d'un Kg et moins.

#### **1.4. La Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie (CACI)**

La Chambre de Commerce et d'Industrie (CACI) est instituée par le décret exécutif n° 96-94 du 03 mars 1996. C'est un établissement public à caractère commercial et industriel. Elle prend en charge les intérêts professionnels des milieux d'affaires en concertation avec les pouvoirs publics.

Elle a plusieurs missions<sup>3</sup> :

---

<sup>1</sup> JORA n° 5 du 30/01/2008.

<sup>2</sup> La décision interministérielle n° 130 du 10-12-2002 modifiant et complétant les dispositions de la décision interministérielle n° 767 du 24 octobre 2001, portant soutien de l'Etat aux exportations des dattes.

<sup>3</sup>Tiré du site web de la Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie : [www.caci.dz](http://www.caci.dz). (Consulté le 24/05/2015)

### **Chapitre III : Les dispositifs et les mesures mis en œuvre dans le cadre de la stratégie nationale de promotion des exportations hors hydrocarbures**

---

- Fournir aux pouvoirs publics, sur leur demande ou de sa propre initiative, les avis, les suggestions et les recommandations sur les questions et préoccupations intéressant directement ou indirectement, au plan national, les secteurs du commerce, de l'industrie et des services.
- Organiser la concertation entre ses adhérents et recueillir leur point de vue sur les textes que lui soumettrait l'administration pour examen et avis ;
- Effectuer la synthèse des avis, recommandations et propositions adoptés par les chambres de commerce et d'industrie et de favoriser l'harmonisation de leurs programmes et de leurs moyens ;
- Assurer la représentation de ses chambres auprès des pouvoirs publics et de désigner des représentants auprès des instances nationales de concertation et de consultation ;
- Entreprendre toute action visant la promotion et le développement des différents secteurs de l'économie nationale et leur expansion, notamment en direction des marchés extérieurs.

Conformément aux missions qui lui sont confiées, la CACI met en œuvre au profit de ses adhérents un ensemble d'actions<sup>1</sup> :

- une banque de données concernant l'ensemble des entreprises algériennes ;
- La recherche de partenaires étrangers à travers le BRE (Bureau de rapprochement des entreprises) initié par l'Union Européenne ;
- La formation et le perfectionnement des personnels des entreprises dans diverses filières de formation (marketing, techniques du commerce international, etc.)
- La certification des documents commerciaux (factures, attestations, etc.) ;
- L'assistance et le conseil dans les domaines fiscaux, douaniers, etc. ;
- Le visa des certificats d'origine des marchandises destinées à l'exportation ;
- Organisation de missions commerciales à l'étranger, de rencontres entre hommes d'affaires algériens et étrangers ;
- Elaboration de bulletins d'informations et de statistiques.

L'ensemble de ces actions et bien d'autres destinées aux entreprises privées ne disposant pas de personnel suffisamment formé dans les métiers de l'exportation. Il ressort ici un rôle d'animation, d'information et de formation que la CACI assure pour le compte

---

<sup>1</sup> Brahim GUENDOUZI, «L'information commerciale, facteur de promotion du commerce extérieur », Papier de Recherche, Université de Tizi Ouzou, P.7.

### **Chapitre III : Les dispositifs et les mesures mis en œuvre dans le cadre de la stratégie nationale de promotion des exportations hors hydrocarbures**

---

de ses adhérents. Elle constitue aussi une source importante d'information du fait qu'elle est sensée accueillir l'ensemble des opérateurs privés sur le territoire national grâce aux structures que sont les chambres de commerce régionales.

#### **1.5. La Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportations (CAGEX)**

##### **1.5.1. Présentation de la CAGEX**

La Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportations a été créée en 1996 afin de constituer un instrument supplémentaire d'appui aux exportations<sup>1</sup>. 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.)<sup>2</sup>.

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. L'article 4 de l'Ordonnance 96/06 du 10/01/1996 stipule que l'Assurance-Crédit à l'exportation est confiée à une société chargée d'assurer<sup>3</sup> :

- Pour son propre compte et sous le contrôle de l'Etat, les risques commerciaux;
- Pour le compte de l'Etat et son contrôle, les risques politiques, les risques de non transfert et les risques de catastrophes.

C'est en exécution des dispositions de cet article que la Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des exportations (CAGEX) a été créée en forme d'une EPE/SPA dotée d'un capital de 450.000.000 DA, réparti, à parts égales, entre ses actionnaires (cinq Banques et cinq Compagnies d'Assurances).

---

<sup>1</sup> La Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportations est régie par l'article 4 de l'ordonnance 96/06 du 10/01/1996.

<sup>2</sup> Ati TAKARLI, op.cit.P.7.

<sup>3</sup> Site web de la Compagnie Algérienne de Garantie des Exportations : [www.cagex.dz](http://www.cagex.dz). (Consulté le 09/05/2015).

### Chapitre III : Les dispositifs et les mesures mis en œuvre dans le cadre de la stratégie nationale de promotion des exportations hors hydrocarbures

Tableau N°10 : Les actionnaires de CAGEX

BANQUES	COMPAGNIES D'ASSURANCE
BADR (Banque de l'Agriculture et du Développement Rural)	CAAR (Compagnie Algérienne d'Assurance et de Réassurance)
BEA (Banque Extérieure d'Algérie)	CAAT (Compagnie Algérienne des Assurances)
BDL (Banque de Développement Local)	CCR (Compagnie Centrale de Réassurance)
BNA (Banque Nationale d'Algérie)	CNMA (Caisse Nationale de Mutualité Agricole)
CPA (Crédit Populaire d'Algérie)	SAA (Société Nationale d'Assurance)

Source : Site de la Compagnie Algérienne de Garantie des Exportations : [www.cagex.dz](http://www.cagex.dz). (Consulté le 09/05/2015).

#### 1.5.2. Les missions de CAGEX

- Couverture des risques nés à l'exportation ;
- Garantie de paiement en cas de financement ;
- Constitution de banque de données en matière d'information économique ;
- Assistance des exportations pour la promotion des exportations hors hydrocarbures ;
- Indemnisation et recouvrement de créances.

#### 1.5.3. Les activités de CAGEX

- La CAGEX exerce une double activité : Une activité à son propre compte où elle engage ses fonds propres ;
- Une activité pour le compte de l'Etat et sous son contrôle (risque politique où elle engage les fonds de l'Etat).

#### 1.5.4. Les risques couverts par la CAGEX

Les principaux risques commerciaux sont l'insolvabilité et le risque de non-paiement de l'acquéreur, ainsi que le refus d'accepter les biens ou les services commandés, d'où l'importance de se renseigner sur les partenaires étrangers afin d'éviter d'exporter à l'aveuglette. Évidemment la collecte de ce genre d'informations ne peut être effectuée par les exportateurs eux même car cette opération est très coûteuse. Il revient donc à un organisme national d'assurance - crédit de recueillir et d'actualiser les renseignements permettant ainsi aux opérateurs de faire l'économie de ce travail. C'est le premier rôle que jouera en principe la CAGEX<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Site web de la Compagnie Algérienne de Garantie des Exportations : [www.cagex.dz](http://www.cagex.dz). (Consulté le 09/05/2015).



### **Chapitre III : Les dispositifs et les mesures mis en œuvre dans le cadre de la stratégie nationale de promotion des exportations hors hydrocarbures**

---

- Les risques commerciaux ne touchent pas uniquement les expéditions à destination des pays en développement mais également celles effectuées vers les pays industrialisés ;
- Le risque politique est réalisé lorsque l'acheteur ne s'est pas acquitté de sa dette, que le non-paiement n'est pas dû à l'inexécution des clauses et de conditions du contrat. Les principaux types de risques politiques sont les risques relatifs aux interventions des pouvoirs publics des pays importateurs qui empêchent que l'exportateur étranger soit payé, en interdisant par exemple l'exportation de devises étrangères.

Par ailleurs, il est inhabituel que ce genre de risque puisse être garanti par une compagnie d'assurance ou même un organisme d'assurance-crédit à l'exportation pour son propre compte. L'intervention des pouvoirs publics est nécessaire.

#### **1.6. La Société Algérienne des Foires et Expositions (SAFEX)**

C'est une société par actions issue des différentes modifications apportées le 24 décembre 1990 à l'ONAFEX (Office National Algérien des Foires et Expositions). Elle a pour objet de contribuer au développement et à la promotion des activités commerciales. Elle est chargée également <sup>1</sup>:

- d'accorder une assistance aux opérateurs économiques en matière de commerce international grâce au développement des différentes relations avec des partenaires étrangers et l'organisation de rencontres professionnelles ;
- de participer à la promotion des échanges commerciaux par l'organisation des foires et salons spécialisés en Algérie et à l'étranger.

En ce qui concerne les prestations, la SAFEX dispose :

- d'un centre de l'exposant qui regroupe les différents services indispensables. Ce centre accompagne l'exposant à chaque étape de sa participation. Les services sont disponibles au guichet unique ainsi qu'auprès des services d'intervenants plus ;
- d'un palais des expositions doté de salles appropriées pour les cérémonies, les conférences et les séminaires ;
- d'un dispositif d'assistance qui a été mis en place afin de répondre à toute doléance de la part des exposants et qui inclut le dispositif de proximité et le dispositif de veille technique ;

---

<sup>1</sup> Site de La Société Algérienne des Foires et Expositions : [www.safex-algerie.com](http://www.safex-algerie.com). (Consulté le 15/05/2015).

### **Chapitre III : Les dispositifs et les mesures mis en œuvre dans le cadre de la stratégie nationale de promotion des exportations hors hydrocarbures**

---

- d'un dispositif de contrôle et de sécurité : à l'occasion des manifestations commerciales, la SAFEX déploie un important personnel de contrôle et de sécurité chargé de veiller à la tranquillité des exposants et des visiteurs ;

Cependant, dans la pratique, les exportateurs ont fait remarquer que le coût de recours à la SAFEX reste élevé et sans qu'ils soient réellement satisfaits<sup>1</sup>.

#### **1.7. L'Association Nationale des Exportateurs Algériens (ANEXAL)**

Créée le 10 juin 2001, l'ANEXAL est une association régie par la loi N°90/31 du 24 décembre 1990 ainsi que par ses statuts particuliers<sup>2</sup>.

##### **1.7.1. Les objectifs de l'ANEXAL**

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

##### **1.7.2. Les missions du bureau exécutif de l'ANEXAL**

- L'exécution des décisions de l'assemblée générale ;
- Application des dispositions statutaires ;
- L'établissement d'un projet de règlement intérieur ;
- La gestion du patrimoine de l'association ;
- Echange d'expérience et entraide entre les entreprises Algériennes Exportatrices ;
- Défendre les intérêts des membres ;
- Créer des réseaux de relations aux niveaux national et international ;

---

<sup>1</sup> ECOtechnics, « Diagnostic sur les exportations hors hydrocarbures », Etude réalisée par ECOtechnics pour ANEXAL, financée par NAED (SFI). Rapport final de la première phase février 2004, P. 2.

<sup>2</sup> Tiré du site web: [www.exportateur-algerie.org](http://www.exportateur-algerie.org). (Consulté 15/05/2015).

## **Chapitre III : Les dispositifs et les mesures mis en œuvre dans le cadre de la stratégie nationale de promotion des exportations hors hydrocarbures**

---

- Promouvoir des actions communes pour mieux exporter ;
- Participer aux actions de promotion des exportations hors hydrocarbures ;
- Créer des synergies entre les membres ;
- Relancer le partenariat avec le Programme d'appui NAED/SFI de la banque Mondiale et le Programme MEDA pour l'assistance aux entreprises Algériennes ;
- Favoriser et encourager les actions de mise à niveau des PME ;
- Favoriser le partenariat avec les Chambres de Commerce et créer des délégations régionales ;
- Encourager et promouvoir le plus grand nombre d'adhésions.

### **1.7.3. Les Partenariats de l'ANEXAL**

Les partenariats de l'ANEXAL se fait on deux plans:

#### **1.7.3.1. Au plan national,**

**Avec :**

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

#### **1.7.3.2. Au plan international,**

**Avec :**

- North Africa Entreprise Développement (NAED) qui est un programme d'appui initié et géré par la Société Financière Internationale (S F I) filiale du groupe banque mondiale ;
- Club des Exportateurs de Tunis (CET) ;
- Association Marocaine des exportateurs (ASMEX) ;
- Programme Européen Euro Développement PME ;
- Club Export 66 de Perpignan-France (association rassemblant les entreprises exportatrices des Pyrénées-Orientales).

## **1.8. Centre Algérien de Contrôle de Qualité et de l'emballage (CACQE)**

### **1.8.1. Présentation de CACQE**

Le Centre Algérien du Contrôle de la Qualité et de L'Emballage (CAQUE) est un organisme public à caractère administratif (EPA) doté de la personnalité morale et de

### **Chapitre III : Les dispositifs et les mesures mis en œuvre dans le cadre de la stratégie nationale de promotion des exportations hors hydrocarbures**

---

l'autonomie financière. Il est placé sous la tutelle du Ministère du commerce. Il est créé par décret exécutif N° 89-147 du 08 août 1989 modifié et complété par le décret exécutif N° 03-318 du 30 septembre 2003. Son siège est fixé à Alger. L'organisation interne du centre a été fixée par arrêté interministériel du 28 octobre 1990. Le centre a pour objet<sup>1</sup>:

- de contribuer à la protection de la santé, de la sécurité et des intérêts matériels et moraux des consommateurs ;
- de promouvoir la qualité de la production nationale des biens et services ;
- à la formation, l'information, la communication et la sensibilisation des consommateurs ;
- Ces objectifs font du centre l'instrument privilégié du Ministère du commerce pour la mise en œuvre des dispositions de la loi 89-02 du 07 Février 1989 relative aux règles générales de protection du consommateur.

#### **1.8.2. Les missions du centre**

Dans le cadre des missions qui lui sont confiées, le centre est chargé :

- du développement, de la gestion et du fonctionnement des laboratoires d'analyse de la qualité et de la répression des fraudes qui en relèvent ;
- d'entreprendre tous travaux de recherche appliquée et d'expérimentation relatifs à l'amélioration de la qualité des biens et services ;
- de participer à l'élaboration des normes des biens et services mis à la consommation, notamment au sein des comités techniques nationaux ;
- de vérifier la conformité des produits aux normes légales ou réglementaires et, participer à la recherche et à la constatation de toutes fraudes ou falsifications relatives à la qualité des biens et services ;
- d'effectuer en laboratoire toute analyse permettant de vérifier la qualité des emballages en tant que contenant au plan de leurs interactions avec le contenu.

#### **1.9. Le programme OPTIMEXPORT**

Le programme de renforcement des capacités commerciales des PME algériennes exportatrices a été lancé en 2007 et a concerné l'accompagnement d'un groupe pilote de 40 entreprises (challengers) ainsi que la formation de formateurs et de conseillers à l'export pour former et assister les entreprises exportatrices algériennes<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Site web du Centre Algérien de Contrôle de Qualité et de l'emballage [www.cacqe.org](http://www.cacqe.org). (Consulté le 10/05/2015).

<sup>2</sup> Mohamed BENINI, Op.cit. P.7.

### **Chapitre III : Les dispositifs et les mesures mis en œuvre dans le cadre de la stratégie nationale de promotion des exportations hors hydrocarbures**

---

Les principales actions réalisées en 2010 dans le cadre du programme d' « OptimExport » peuvent être résumées ainsi :

- **Le volet informationnel** : il s'agit d'analyser des filières exportatrices (position de l'offre, estimation de sa capacité de production, de sa croissance), et d'analyser la contribution des filières au potentiel de développement de l'Algérie sur les marchés extérieurs. Il s'agit aussi d'identifier les besoins en informations ;
- **La réalisation des business plans et stratégie export pour les entreprises du challenge** : Il s'agit aux termes d'entretiens réalisés avec les entreprises concernées d'arrêter un plan d'actions pour chacune d'elles, en fonction des stratégies et de conditions de réussite ;
- **Et le volet de l'accompagnement à l'export** : il porte sur la réalisation des études de marché et des panoramas sectoriels au profit des entreprises du groupe pilote «Challengers Optimexport», ainsi que l'accompagnement des challengers dans diverses manifestations à l'étranger avec des visites guidées dans des halls d'importateurs, et l'assistance de celles-ci dans leur démarche de prospection des marchés étrangers.

Les éléments ci-dessus portant sur la politique de mise à niveau des entreprises en Algérie nous permet de détecter deux principales lacunes, en plus d'un nombre réduit d'entreprises concernées par ces programmes (moins d'une centaine), ces derniers ne comportent pas de volet spécifique à l'exportation, cela d'une part et d'autre part, les entreprises concernées ne s'inscrivent pas dans la logique d'exportation, mais simplement dans une perspective de préservation des parts du marché.

#### **1.10. Le couloir vert**

De caractère virtuel, il constitue une facilitation qui est accordée depuis septembre 2006 à l'exportation de dattes, et consiste en l'assouplissement du passage en douane de la marchandise, qui subit uniquement un contrôle documentaire ce qui se traduit par une fluidité générant une réduction considérable des délais d'expédition. Cette facilitation doit être étendue à terme aux autres exportations de produits périssables : produits agricoles frais et produits de la pêche<sup>1</sup>.

Le couloir vert des douanes algériennes a été élargi aux exportations hors hydrocarbures dont la contribution aux revenus de l'Etat reste minime. Appliqué sur les voies maritimes et aériennes, le couloir vert permettra aux exportateurs une économie de temps en leur épargnant le contrôle douanier en amont.

---

<sup>1</sup> Ati TAKARLI, op.cit.P.7.

## **Chapitre III : Les dispositifs et les mesures mis en œuvre dans le cadre de la stratégie nationale de promotion des exportations hors hydrocarbures**

---

Un engouement des exportateurs qui veulent profiter de cette nouvelle facilité a été déjà observé et un déclic des exportations commence à se manifester, a fait savoir l'ex directeur Général des douanes Monsieur KADOUR<sup>1</sup>.

Malgré des efforts engagés par les pouvoirs publics algériens à travers la mise en place des différents organismes et politiques de promotions des exportations hors hydrocarbures, la situation économique de l'Algérie reste inquiétante, caractérisée par une forte vulnérabilité due principalement à sa concentration sur les exportations des hydrocarbures comme seule source de richesse.

### **Section 2 : Les mesures incitatives aux exportations hors hydrocarbures**

L'encouragement et l'incitation des entreprises exportatrices fait appel à des mesures d'ordre fiscal, douanier, financier, sanitaire et phytosanitaire, sans oublier les mesures d'infrastructures et de transport et cela pour la protection et la sauvegarde de la production nationale contre la concurrence des produits étrangers ainsi pour promouvoir les exportations hors hydrocarbures .

Dans cette section nous allons exposer les différentes mesures incitatives aux exportations hors hydrocarbures.

#### **2.1. Les mesures fiscales**

La législation fiscale algérienne accorde de nombreux avantages pour les opérations d'exportations, elles concernent l'exonération en matière d'impôts directs et l'exonération en matière de taxes sur le chiffre d'affaires<sup>2</sup>.

##### **2.1.1. Exonération en matière d'impôts directs**

L'exonération prend plusieurs formes :

- Exonération permanente de l'impôt sur les bénéfices des sociétés (IBS) et suppression de la condition de réinvestissement de leurs bénéfices ou leurs revenus, pour les opérations de vente et les services destinés à l'exportation<sup>3</sup> ;

---

<sup>1</sup> Djaber BEZTOUH, « Les exportations hors hydrocarbures en Algérie : quelles contraintes et quelles stratégies pour leur développement ? », Communication présentée lors des journées organisées par le département des Sciences Commerciales en collaboration avec la chambre de commerce et d'industrie de la Soummam de Bejaia (CCISB) intitulée : Rôle de l'Etat dans la promotion et l'accompagnement des PME exportatrices en Algérie, les 24 et 25 juin 2013, P. 10.

<sup>2</sup>Ministère du commerce, Direction de la promotion des exportations, « recueil relatif aux avantages et facilitations accordés aux exportations, aux exportations hors hydrocarbure, Avril 2007.P.5.

<sup>3</sup>Article 138 du code des impôts directs et taxes assimilées modifié par l'Article 06 de Loi de Finances pour 2006.

## **Chapitre III : Les dispositifs et les mesures mis en œuvre dans le cadre de la stratégie nationale de promotion des exportations hors hydrocarbures**

---

- Exclusion de la base imposable de la taxe sur l'activité professionnelle (TAP) du chiffre d'affaires réalisé à l'exportation : n'est pas compris dans le chiffre d'affaires servant de la base à la TAP le montant des opérations de ventes, de transport ou de courtage portant sur des objets ou des marchandises destinés directement à l'exportation, y compris toutes les opérations de processing ainsi que les opérations de traitement pour la fabrication de produits pétroliers destinés directement à l'exportation ;
- Suppression du versement forfaitaire (VF) : Cette exonération s'applique au prorata du chiffre d'affaires réalisé en devises<sup>1</sup>.

### **2.1.2. Exonération en matière de taxes sur le chiffre d'affaires**

- Exemption de la TVA pour les affaires de vente et de façon portant sur les marchandises exportées, sous certaines conditions<sup>2</sup> ;
- Franchise de la TVA pour 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 incorporée dans la fabrication, la composition, le conditionnement ou l'emballage des produits destinés à l'exportation ainsi que les services liés directement à l'opération d'exportation<sup>3</sup> ;
- Restitution de la TVA pour les opérations d'exportation de marchandises, de travaux, de services ou de livraison de produits pour lesquels la franchise à l'achat est autorisée par l'article 42 du code de TVA<sup>4</sup>.

## **2.2. Le contrôle de change**

La législation bancaire a accordé des avantages aux exportateurs en matière de délais de transfert des recettes d'exportation et la rétrocession des montants d'exportation en devises<sup>5</sup>.

### **2.2.1. Rétrocession des recettes d'exportation**

Un montant en devises limité à 40%, prélevé sur la part des recettes d'exportation hors hydrocarbures et produits miniers effectivement rapatriées et ouvrant droit à l'inscription aux

---

<sup>1</sup> Article 209-3 C I D abrogé par l'Art 13 de la Loi de Finance 2006.

<sup>2</sup> Article 220-3 du code des impôts directs et taxes assimilées.

<sup>3</sup> Article 42-2 du code des taxes sur le chiffre d'affaires.

<sup>4</sup> Article 50 du code des taxes sur le chiffre d'affaires.

<sup>5</sup> Extraits de l'elmouwatine, « Les avantages fiscaux Algex », P.3. [Http : //www.elmouwatine.dz/? ALGEX \\_Avantage – fiscaux](http://www.elmouwatine.dz/? ALGEX _Avantage – fiscaux) (consulté le 10 /05 /2015).

## **Chapitre III : Les dispositifs et les mesures mis en œuvre dans le cadre de la stratégie nationale de promotion des exportations hors hydrocarbures**

---

comptes devises des personnes morales, peut être utilisé librement à la discrétion de l'exportateur et sous sa responsabilité dans le cadre de la promotion de ses exportations <sup>1</sup>.

Le délai de rapatriement des recettes d'exportation hors hydrocarbures qui était de 120 jours passe à 180 jours. L'obligation de rapatriement des recettes des exportations incombe au seul exportateur, pour le rapatriement dans un délai supérieur à 180 jours, des dérogations peuvent être accordées, sous réserve d'une demande justifiée à présenter à la Banque d'Algérie<sup>2</sup>.

### **2.2.2. Exportation de produits sous le régime de la consignation**

Il s'agit d'exportation de produits qui seront vendus par un dépositaire ou un commissionnaire établi à l'étranger à un prix fixé par l'exportateur. Elle est dite « à prix imposé » ou selon les intérêts de l'exportateur, elle est dite « au mieux ». Elle s'applique seulement aux fruits et légumes. En matière de contrôle de change, l'Article 12 du règlement de la Banque d'Algérie n°91-13 du 14 Août 1991 relatif à la domiciliation des exportations hors hydrocarbure définit les modalités de réalisation de ce type d'opération. Selon les dispositions de ce règlement, l'exportateur est tenu de fournir à la banque domiciliaire de l'opération un relevé des comptes de ventes accompagnés des factures définitives tirées sur les acheteurs étrangers<sup>3</sup>.

### **2.3. Régimes douaniers suspensifs à l'exportation**

Les régimes économiques douaniers permettent aux entreprises qui transforment des produits de bénéficier de suspensions de droits et taxes, à même de promouvoir les exportations. La législation algérienne a prévue, fixé et défini ces régimes dans la loi n° 79-07 du 21 juillet 1997 modifiée complétée par la loi n°98 -10 lu 22 août 1998 portant code des douanes chapitre07. Ces régimes comprennent:

#### **2.3.1. L'entrepôt des douanes**

Aux termes des articles de 129 à 164 du code des douanes « l'entrepôt des douanes est un régime douanier qui permet l'emmagasiner des marchandises sous contrôle douanier dans

---

<sup>1</sup>L'instruction n° 05-2011 modifiant les dispositions de l'article 2 bis de l'instruction n° 22-94 du 12 avril 1994 modifiée et complétée fixant le pourcentage des recettes d'exportation hors hydrocarbures et produits miniers ouvrant droit à l'inscription aux comptes devises des personnes morales.

<sup>2</sup>L'article 11 du règlement de banque d'Algérie n° 91- 13 de 14 Août 1991 relatif à la domiciliation des exportations hors hydrocarbure et l'article 31 du règlement n° 95-07du 23 Décembre 1995.

<sup>3</sup> Dans ce cas, il est nécessaire de procéder à la vente du produit ou sa réimportation dans un délai maximum d'un an à compter de la date de son expédition.



## **Chapitre III : Les dispositifs et les mesures mis en œuvre dans le cadre de la stratégie nationale de promotion des exportations hors hydrocarbures**

---

les locaux agréés par l'administration des douanes en suspension des droits et taxes et des mesures de prohibition à caractère économique »<sup>1</sup>.

### **2.3.2. Admission temporaire**

Elle permet d'introduire sur le territoire douanier, temporairement et sous certaines conditions des marchandises étrangères en<sup>2</sup> :

- Exonération totale des droits et taxes (cas des foires-expositions).
- Exonération partielle des droits et taxes (admission temporaire de matériel).

Ces marchandises sont ensuite réexportées en l'état, après avoir fait l'objet d'une utilisation distincte de la transformation.

### **2.3.3. Réapprovisionnement en franchise**

Est un régime douanier qui permet d'importer, en franchise des droits et taxes à l'importation, les marchandises équivalentes par leur espèce, leur qualité et leurs caractéristiques techniques à celles qui, prises sur le marché intérieur, ont été utilisées pour obtenir des produits préalablement exportés à titre définitif<sup>3</sup>.

### **2.3.4. Exportation temporaire**

Est un régime douanier qui permet l'exportation temporaire, sans application des mesures de prohibition à caractère économique et dans un but défini, de marchandises destinées à être réimportées dans un délai déterminé soit en l'état ou après avoir subi une transformation, une ouvraison, un complément de main d'œuvre ou une réparation<sup>4</sup>.

## **2.4. Facilitations portuaires**

Cinq mesures de facilitations ont été mises en œuvre par l'Entreprise Portuaire d'Alger (EPAL) depuis le début de l'année 2003 ; celles-ci portent sur :

- L'affectation d'un magasin aménagé à recevoir en priorité les marchandises destinées à l'exportation d'une superficie de 1000 m<sup>2</sup> au quai N°09/2 zone nord – accès N°01 ;

---

<sup>1</sup> Les modalités et conditions d'exercice de l'entrepôt public et privé sont fixées par les décisions du Directeur Général des Douanes n°05 et n°06 du 03 février 1999.

<sup>2</sup> Les articles 174 à 185 du code des douanes et les décisions du Directeur Général des Douanes n° 04 et n°16 du 03 février 1999 précisent les modalités et conditions d'application de l'admission temporaire.

<sup>3</sup> Articles 186, 187 et 188 du code des douanes et la Décision d'application du Directeur Général des Douanes n°17 du 03 février 1999

<sup>4</sup> Les articles de 193 à 196 du code des douanes et la décision du Directeur Général des Douanes n°13 du 03 février 1999 relatif à l'exportation temporaire.

### Chapitre III : Les dispositifs et les mesures mis en œuvre dans le cadre de la stratégie nationale de promotion des exportations hors hydrocarbures

---

- L'affectation d'un terre-plein de 1.862 m<sup>2</sup> à la zone centre pour la mise à quai des marchandises destinées à l'exportation, entrée accès N°04 - zone centre- grand môle Bologhine (Alger).
- Une franchise de 10 jours pour le paiement des frais d'entreposage et de magasinage avant embarquement, des marchandises d'origine algérienne destinées à l'exportation;
- Des dégrèvements modulés des frais de manutention et d'acconage pour les cargaisons à exporter, selon la régularité et le volume des opérations ;
- L'ouverture d'un bureau de liaison permanent de l'entreprise portuaire et disposant d'une ligne téléphonique au terminal à conteneurs (guichet unique) pour informer les opérateurs et faciliter les expéditions des exportateurs<sup>1</sup>.

#### 2.5. Le contrôle phytosanitaire

Un dispositif législatif et réglementaire mis en place par les pouvoirs publics porte sur le contrôle phytosanitaire aux frontières pour l'exportation des produits agricoles<sup>2</sup>.

Conformément aux conventions et accords internationaux qui régissent les échanges commerciaux, le contrôle phytosanitaire, qui est sanctionné par l'établissement du certificat phytosanitaire, a pour objet de conférer aux végétaux destinés à l'exportation les garanties phytosanitaires exigées par le pays importateur.

Donc l'exercice du contrôle phytosanitaire est obligatoire, il est effectué par des agents de l'autorité phytosanitaire nationale assermentés et habilités à effectuer les opérations de contrôle à viser les documents officiels<sup>3</sup>.

Les produits agricoles peuvent être ainsi exportés à partir de 27 postes frontaliers officiels (8 aéroports, 11 ports maritimes, 8 postes frontières terrestres), dont la liste est :

- **Postes Aériens** : Aéroport de Tlemcen (Zenata) ; Oran (Senia) ; Alger (Houari Boumediène) ; Constantine (Mohamed Boudiaf) ; Annaba (El Malaha) ; Tébessa ; Ghardaïa (Noumerat) et Biskra (Khider Mohamed) ;
- **Postes maritimes** : Port de Ghazaouet ; Arzew ; Oran ; Mostaganem ; Tenès ; Alger ; Dellys ; Béjaïa ; Skikda ; Djen Djen et Annaba. ;
- **Postes frontaliers terrestres**: Akid Lotfi - Tlemcen ; El Kala – Taref ; Souk Ahras ; Tine Zaouatine et Ain Guezzam – Tamanrasset ; Bordj Badji Mokhtar – Adrar ; Bouchabka – Tébessa ; Taleb Larbi El Oued et Deb Deb – Illizi.

---

<sup>1</sup> Agence Nationale de la promotion du commerce extérieur (Algex), « Cadre incitatif à l'export », P. 7. [www.algex.dz](http://www.algex.dz) (consulté le 10 /05 /2015).

<sup>2</sup> Le décret exécutif numéro 93 -286 du novembre 1993, règlementant le contrôle aux frontières.

<sup>3</sup> Article 23 de la loi 87-17-premier août 1987 relative à la protection phytosanitaire.

## **Chapitre III : Les dispositifs et les mesures mis en œuvre dans le cadre de la stratégie nationale de promotion des exportations hors hydrocarbures**

---

Un cas particulier celui de l'exportation de la datte qui est régie par un cadre réglementaire spécifique permettant, notamment, son contrôle phytosanitaire à partir de l'aéroport Khider Mohamed (Biskra) et du poste frontalier terrestre de Deb Deb (Illizi), en plus des autres points de sortie existants (voie maritime : Alger- Oran –Skikda, voie aérienne : Alger- Oran –Skikda, voie terrestre : Tamanrasset- B.B Mokhtar – Deb Deb)<sup>1</sup>.

Ainsi, l'abrogation en Janvier 2005 du dispositif instituant les prix planchers à l'exportation, notamment pour les dattes répond, en outre, à un besoin d'adaptation aux règles de l'OMC.

### **2.6. Le contrôle sanitaire**

Les animaux (volailles, chevaux, gibiers...) et produits d'origine animale (viandes, œufs, miel, laine, peaux non traitées,...) sont soumis au régime de la dérogation sanitaire d'exportation qui certifie qu'aucune maladie à déclaration obligatoire n'a été déclarée dans le pays exportateur. Un contrôle sanitaire de ces produits est effectué aux frontières par les services vétérinaires<sup>2</sup>. Certains produits, soumis au contrôle vétérinaire aux frontières, ne sont pas soumis à l'obligation de la dérogation sanitaire. Il s'agit, notamment:

- Des produits animaux traités ou transformés (Lait et produits laitiers...);
- Les aliments concentrés destinés à l'alimentation animale.

### **2.7. Le code à barres EAN « Le Standard du Commerce International »**

Le système EAN est un standard internationalement agréé pour l'identification et la codification de tous biens de consommation. A l'exportation, le produit ne portant pas le code à barre EAN est refusé pour la distribution. Pour cela l'exportateur devra<sup>3</sup> :

- Immatriculer ses produits selon la norme EAN ;
- Veiller au respect des normes EAN dans la réalisation de ces codes à barres ;
- Prévoir suffisamment à l'avance cette codification pour ne pas retarder (ou perdre) un marché.

### **2.8. Exportation dans le cadre d'échanges de produits**

Les opérations d'échanges produits sont autorisées pour une seule et même entreprise, par l'importation de matières premières, demi-produits et équipements pour ses propres besoins, en contrepartie de l'exportation de ses produits.

---

<sup>1</sup> Agence Nationale de la promotion du commerce extérieur (Algex), op.cit.P.8.

<sup>2</sup> La loi 88-08 relative à la médecine vétérinaire et la protection de la santé animale ainsi que le décret 91-452 relatif aux inspections vétérinaires des postes frontières régissant ces exportations.

<sup>3</sup> Agence Nationale de la promotion du commerce extérieur (Algex), op.cit.P.8.

### **Chapitre III : Les dispositifs et les mesures mis en œuvre dans le cadre de la stratégie nationale de promotion des exportations hors hydrocarbures**

---

Cependant, les produits suivants sont exclus du bénéfice de la procédure d'échange produits: Dattes degletnour, Vins, Minerais de fer, Engrais, Produits sidérurgiques, Produits pétrochimiques<sup>1</sup>.

#### **2.9. Les mesures d'infrastructures et de transport**

La promotion de l'exportation des produits nécessite la mise en place de moyens de transports et des infrastructures spécifiques aux produits hors hydrocarbures et l'adaptation de mesures de facilitation permettant d'assurer une fluidité de la chaîne de transport<sup>2</sup>.

En matière d'infrastructures, l'Algérie dispose d'un complexe portuaire national constitué de treize ports de commerce, dont huit à prépondérance de trafic de marchandises, cinq spécialisés dans le trafic hydrocarbures. Ces ports sont actuellement gérés par dix entreprises portuaires. Concernant l'infrastructure aéroportuaire, celle-ci est relativement dense et bien implantée sur l'ensemble du territoire national. Elle est constituée de quinze aéroports internationaux et de dix-neuf aéroports nationaux.

Malgré l'existence des différentes mesures d'appui aux exportations hors hydrocarbures, on remarque que les entreprises nationales n'arrivent toujours pas à se tailler une place sur les marchés internationaux.

### **Section 3: Les accords Préférentiels de l'Algérie dans le cadre de sa politique de soutien aux exportations hors hydrocarbures**

La montée des accords régionaux fait ressortir le rôle de l'élargissement du marché des entreprises nationales. En effet, accéder aux nouveaux marchés permet aux entreprises d'optimiser leur production en ciblant une demande plus importante. A cet égard, ces accords de libre-échange sont considérés comme l'un des principaux axes d'une politique publique de promotion des exportations. Ainsi, l'Algérie a passé plusieurs accords dans le cadre de ses actions en matière de soutien aux entreprises exportatrices. Certains sont entrés en vigueur (UE, GZALE, UMA et SGP) alors que d'autres demeurent toujours en cours de négociation (OMC). Dans cette section nous allons présenter les accords préférentiels conclus par l'Algérie dans sa politique de soutien à l'exportation hors hydrocarbures.

---

<sup>1</sup> Idem, P.9.

<sup>2</sup> Ses mesures concernent la réduction de 50 % sur les tarifs de manutention et même au de là, sur la base de négociations en fonction de l'importance du tonnage et La facilitation sous forme de forfait de 300 DA/ Tonne pour le port de Djen-djen (Willaya de Jijel).

### **3.1. L'accord d'association avec l'Union Européenne**

L'accord d'association avec l'Union Européenne s'inscrit dans le contexte du processus de Barcelone initié par l'Union Européenne pour développer les relations de coopération avec les pays Sud Méditerranéens tout en visant la mise en place à long terme d'une zone de prospérité. Cet accord signé à Valence (Espagne) en avril 2002, ne se limite pas uniquement à la création d'une zone de libre-échange à l'horizon 2017 mais intègre aussi bien les aspects économiques (volet commercial, coopération économique et financière, flux d'investissements) que les dimensions politiques, sociales et culturelles nécessaires pour un développement durable. Cet accord est important, c'est avec l'UE que l'Algérie réalise près de 60 % de son commerce extérieur<sup>1</sup>.

#### **3.1.1. Les Principes de l'accord d'association avec l'Union Européenne**

Les dispositions douanières relatives à la circulation des marchandises entre l'Algérie et la Communauté Européenne constituent le principal volet intéressant les opérateurs économiques (importateurs et exportateurs) et cet aspect est celui repris au titre II de l'accord intitulé «Libre circulation des marchandises»<sup>2</sup>.

A ce titre, l'Accord prévoit plusieurs schémas de concessions tarifaires pour les exportations de produits algériens vers l'Union Européenne et les importations algériennes de produits originaires de la communauté, qu'ils soient industriels, agricoles, agricoles transformés ou de la pêche. Sont considérés comme étant des produits originaires d'Algérie ou de la communauté: les produits entièrement obtenus en Algérie ou dans la communauté et les produits obtenus dans l'une ou l'autre partie et contenant des matières qui n'y ont pas été entièrement obtenues, à condition que ces matières aient fait l'objet, en Algérie ou dans la communauté, d'ouvrasons ou de transformations suffisantes, au-delà des ouvrasons ou transformations qui sont considérées insuffisantes pour conférer le caractère originaire au produit<sup>3</sup>.

Dans le cadre de l'établissement d'une zone de libre-échange entre la Communauté Européenne et les pays magrébins (l'Algérie, la Tunisie et le Maroc), des règles communes

---

<sup>1</sup> Khair-Eddine BELAAZE et Rabah KHOUNI, « l'Algérie et les défis du commerce mondial », in *Khazar Journal of Humanities and Social Sciences*, Volume 17, N° 4, 2014. P. 57.

<sup>2</sup> Agence Nationale de Promotion du Commerce (ALGEX), « Recueil des procédures du commerce Extérieur Algérien », 2008. P. 37

<sup>3</sup> Il est défini selon l'article 7 du Protocole 6 de l'accord.

### **Chapitre III : Les dispositifs et les mesures mis en œuvre dans le cadre de la stratégie nationale de promotion des exportations hors hydrocarbures**

---

ont été fixées en matière de cumul dans l'utilisation des matières originaires de pays partenaires.

Cette utilisation confère aux produits le caractère originaire dans le pays où ils ont été fabriqués. Il demeure entendu que ce type de cumul ne pourra être mis en œuvre que lorsque les Etats du Maghreb auront des règles identiques en matière de définition d'origine, ces produits sont <sup>1</sup> :

#### **a) Produits industriels**

##### **- A l'exportation**

Les produits industriels d'origine algérienne, exportés vers l'UE, sont exemptés de droits et taxes, depuis le 1 septembre 2005.

##### **- A l'importation**

Les produits industriels d'origine européenne sont exemptés de droits et taxes à l'entrée en Algérie, selon chaque liste de produits annexée à l'accord d'association, comme suit:

- **la liste 1:** exemptés totalement de droits de douanes à l'entrée en vigueur de l'accord d'association, soit depuis le 1<sup>er</sup> septembre 2005.
- **la liste 2:** démantèlement tarifaire sur une période de 5 ans, à partir du 1<sup>er</sup> septembre 2007, pour arriver à 0% de droits de douanes le 1<sup>er</sup> septembre 2012.
- **la liste 3:** démantèlement tarifaire sur une période de 10 ans, à partir du 1<sup>er</sup> septembre 2007, pour arriver à 0% de droits de douanes le 1<sup>er</sup> septembre 2017.

#### **b) Produits agricoles et produits agricoles transformés**

Un traitement préférentiel est accordé de part et d'autre, avec notamment la mise en œuvre de dispositions contingentaires, pour le bénéfice du traitement préférentiel.

#### **c) Produits de la pêche**

Les produits de la pêche originaires de l'Algérie sont admis à l'importation dans la Communauté en exemption de droits de douanes. Un traitement préférentiel est accordé par l'Algérie aux produits de la pêche originaires de la Communauté.

---

<sup>1</sup> ALGEX (2008), op.cit.P38.

### **3.2. Accord d'association avec la Grande Zone Arabe de Libre Echange**

La convention de facilitation et de développement des échanges commerciaux entre les Etats arabes a été signée le 27 février 1981 à Tunis. Cette convention a pour objectif l'établissement d'une Zone Arabe de Libre Echange (GZALE)<sup>1</sup>.

#### **3.2.1. Les instruments juridiques de la GZALE**

- Article 02 de la Charte de la Ligue des Etats Arabes ;
- Article 07 et 08 du Traité de Défense Commune et de Coopération Economique entre les Etats de la Ligue arabes ;
- Décision 712 du Conseil Economique de la Ligue des Etats arabes du 22 Février 1978 ;

#### **3.2.2. Etats Arabes membres de la GZALE**

En plus de l'Algérie, 18 autres pays arabes: Jordanie, Égypte, Émirats Arabes Unies, Bahreïn, Tunisie, Arabie Saoudite, Soudan, Syrie, Iraq, Oman, Palestine, Qatar, Koweït, Liban, Libye, Maroc, Mauritanie et Yémen sont membres de la Grande Zone de Libre Echange (GZALE)<sup>2</sup>.

Les dispositions de la convention et son programme exécutif sont appliqués aux produits originaires et transportés directement entre les pays arabes pouvant être échangés sous un régime tarifaire préférentiel entre l'Algérie et les Etats Arabes, à l'exception d'une liste (1) de 384 produits exclus de l'avantage préférentiel pour des raisons religieuses, sanitaires sécuritaires et environnementales. Ainsi, une deuxième liste (2) regroupant plus de 1140 produits a été définie. Ces produits sont exclus de l'avantage préférentiel seulement à leur importation en Algérie.

#### **3.2.3. Régime tarifaire préférentiel applicable aux produits échangés entres les pays arabes**

##### **a) A l'export**

Tous les produits originaires de l'Algérie et transportés directement, bénéficient à leur exportations aux Etats arabes membres de la GZALE d'une Exonération Totale des droits de douane et taxes d'effet similaire à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2009, à l'exception d'une liste négative de 384 produits prohibés et exclus de l'avantage préférentiel accordé, pour des raisons religieuses, sanitaires, sécuritaires et environnementales.

---

<sup>1</sup> Elle a été ratifiée par l'Algérie par le décret présidentiel N° 04-223- du 03 Août 2004 et Mise en vigueur le 1<sup>er</sup> Janvier 2009.

<sup>2</sup>ALGEX (2008), op.cit.P.40.

**b) A l'import**

Tout produit originaire d'un pays membre de la GZALE et transporté directement vers l'Algérie est exonéré des droits de douane et taxes d'effet équivalent à l'importation, à l'exception de la liste 1 et la liste 2.

**3.2.4. Règles d'origine applicables dans le cadre de la GZALE**

Toutes marchandises entrant dans le cadre de la Grande Zone Arabe de Libre Echange devraient satisfaire au principe des règles d'origine<sup>1</sup>. Le caractère originaire de ces marchandises doit être justifié par un certificat d'origine. Les marchandises devront être aussi transportées directement entre les Etats arabes<sup>2</sup>.

Des dispositions générales et des règles d'origine détaillées pour les produits des chapitres et les positions tarifaires sont adoptées par le conseil et tranchées définitivement par le comité technique des règles d'origine de la Ligue arabe. Les produits qui peuvent acquérir le caractère originaire sont :

- Les produits entièrement obtenus ;
- Les produits non entièrement obtenus ou transformés ;
- Les produits satisfaisant aux règles de cumul d'origine ;

Pour les produits dont les règles d'origine ne sont pas encore tranchées par le comité technique, les produits sont dits originaires s'ils entraînent une valeur ajoutée au moins égale à 40 %.

**- Certificat d'origine**

Afin de profiter des avantages préférentiels accordés lors de l'importation d'un produit à partir d'un pays arabe membre de la GZALE, un certificat d'origine justifiant le caractère originaire d'un produit doit être fourni au moment du dédouanement des marchandises.

**3.3. Les autres accords commerciaux**

**3.3.1. L'accord de l'Algérie avec l'Union du Maghreb Arabe (UMA)**

L'Algérie a ratifié, le 1<sup>er</sup> avril 1989, le traité portant création de l'Union du Maghreb Arabe (UMA). Sur le plan commercial, deux conventions ont été conclues : la convention commerciale et tarifaire qui a été ratifiée par l'Algérie le 21 avril 1992, mais d'autres Etats maghrébins ne l'ont pas encore ratifiée. La convention relative à l'échange de produits agricoles a été signée en juillet 1990. Elle a aussi été ratifiée par l'ensemble des Etats

---

<sup>1</sup> Les règles d'origine sont annoncées dans l'article 09 de la convention et régies par les décisions du Conseil Economique et Social de la Ligue Arabe N° 1687 du 15 Février 2007, N° 1702 du 6 juin 2007 et N° 1707 du 06 Septembre 2007.

<sup>2</sup>ALGEX (2008), op.cit.P.41.



### **Chapitre III : Les dispositifs et les mesures mis en œuvre dans le cadre de la stratégie nationale de promotion des exportations hors hydrocarbures**

---

maghrébins mais elle n'est toujours pas appliquée en raison de non finalisation de l'ensemble des protocoles d'application. Ces deux conventions sont en principe une étape vers la réalisation de la zone de libre-échange maghrébine<sup>1</sup>.

#### **3.3.2. Accords bilatéraux avec les pays arabes**

L'Algérie a conclu d'autres accords avec plusieurs pays dans le but de promouvoir ses échanges commerciaux<sup>2</sup>.

##### **3.3.2.1. Tunisie**

La convention entre l'Algérie et la Tunisie de 1981 qui prévoit l'exonération des taxes et droits de douanes entre les deux pays a été gelée par la partie algérienne en 1996. Cette convention est en cours d'actualisation.

##### **3.3.2.2. Libye**

La convention de 1973 entre les deux parties qui prévoit l'exonération des taxes et droits de douanes n'est pas appliquée par l'Algérie. Néanmoins, la partie Libyenne accorde, en vertu d'une loi interne, l'exonération des droits de douane à tous les produits d'origine des pays arabes y compris l'Algérie.

##### **3.3.2.3. Mauritanie**

Une convention commerciale et tarifaire a été signée entre l'Algérie et la Mauritanie en 1996, stipulant que les deux parties s'engagent à supprimer tous les droits de douane et taxes d'effet équivalent pour tous les produits d'origines algérienne et mauritanienne.

Ratifiée par l'Algérie au mois de septembre 2005, cette convention n'a pu être mise en application, les instruments de ratification n'étant pas encore échangés entre les autorités diplomatiques des deux pays.

##### **3.3.2.4 .Maroc**

La convention prévoyant l'exonération des droits et taxes entre les deux pays signée en Mars 1989, a été gelée en 1996.

##### **3.3.2.5. Jordanie**

La convention de coopération commerciale entre l'Algérie et la Jordanie signée à Alger en 1997 et appliquée par les deux parties, prévoit l'exonération des droits de douane et des taxes et impôts d'effet équivalent aux droits de douanes, sauf les marchandises figurant sur une liste négative jointe à la convention.

---

<sup>1</sup> ECOtechnics, op.cit.P.17.

<sup>2</sup> Ministère du commerce, Direction de la promotion des exportations (2007), op.cit.P.11.

### **3.4. Système généralisé de préférences commerciales (SGP) avec les USA**

Le système généralisé de préférences des USA applicable depuis 2004 vise essentiellement l'accès au marché américain en exonération des droits de douanes et permet ainsi aux produits algériens de mieux se positionner par rapport à la concurrence, en améliorant la compétitivité des entreprises<sup>1</sup>

Afin de renforcer les relations entre les deux pays les USA ont décidé de faire bénéficier l'Algérie de leur SGP, cela signifie que les producteurs algériens de certains produits peuvent exporter vers les Etats-Unis sans avoir à payer de droits aux USA

Afin de bénéficier de cet avantage les exportateurs algériens doivent remplir certaines conditions<sup>2</sup>:

- L'exportation doit être directe : c'est-à-dire que le produit doit être exporté de l'Algérie vers les USA sans passer par le territoire d'un quelconque autre pays, sauf en transit.
- Tous les documents : factures, connaissement et autres pièces doivent indiquer les USA comme destination finale.
- Règles d'origine : une des conditions essentielles pour que le produit puisse bénéficier du SGP est la règle d'origine.

### **3.5. L'accession de l'Algérie à l'organisation mondiale du commerce**

L'Algérie s'est engagée dans le processus d'intégrations au commerce multilatéral depuis juin 1987, mais elle n'a pas saisi l'opportunité de devenir membre de l'Organisation Mondiale du Commerce, elle s'est contenté du rôle d'observateur<sup>3</sup>. Le processus d'accession de l'Algérie à l'OMC est qualifié du plus long du système, il peut être décomposé en deux phases, la première phase est qualifiée de dormante du fait que l'Algérie n'a pas fait que présenté sa demande d'adhésion à l'OMC, la deuxième phase (1996 à nos jours) est beaucoup plus animée , elle est marquée par la présentation du premier aide-mémoire du

---

<sup>1</sup> Nacera ARROUCHE, Essai d'analyse de la politique de soutien aux exportations hors hydrocarbures en Algérie : contraintes et résultats, Mémoire de Magistère en Sciences Economiques, Université de Tizi Ouzou, 2014, P.193.

<sup>2</sup> Ibid.

<sup>3</sup> Philippe Barbet and al, « Enjeux et impact de l'adhésion de l'Algérie à l'OMC », Document de recherche du CEPN, Université Paris nord, 2009, P.3.

### **Chapitre III : Les dispositifs et les mesures mis en œuvre dans le cadre de la stratégie nationale de promotion des exportations hors hydrocarbures**

---

commerce extérieur (1996) et la tenue de la première réunion du groupe de travail en avril 1998<sup>1</sup>. Ainsi, Le retard d'adhésion de l'Algérie à l'OMC a plusieurs raisons :

- Tout d'abord, l'opportunité même d'adhérer à ce type d'organisation faisait l'objet d'une vive opposition de la part de différentes classes sociales et politiques.
- En effet, l'Algérie étant pratiquement un pays mono exportateur d'un produit (les Hydrocarbures) non concerné par les règles de l'OMC.
- L'accession à celle-ci signifierait, uniquement, l'ouverture du marché interne aux produits étrangers avec toutes les conséquences sur le sort de la production nationale.
- Les enjeux de l'entrée de l'Algérie dans cette organisation internationale sont importants, en effet, plusieurs éléments font que l'OMC soit une institution intournable pour un pays comme l'Algérie qui souhaite poursuivre une politique active en ce qui concerne ses échanges extérieurs. De plus, les partenaires avec lesquels l'Algérie réalise l'essentiel de son commerce extérieur sont des pays influents de l'OMC.

L'accessions de l'Algérie à l'OMC va lui permettre de bénéficier de tous les avantages que peut tirer un pays en développement en institutionnalisant son ouverture, à savoir : participer à la mise en œuvre d'un système international de régulation, mieux se défendre contre les sanctions unilatérales des pays riches, affirmer son engagement dans un processus irréversible de libéralisation commerciale et accroître la crédibilité des réformes, en contrepartie, elle lui fera subir tous les inconvénients d' institutionnalisation, en particulier la restriction de la marge de manœuvre de l'Etat pour aider les opérateurs économiques nationaux à soutenir la concurrence internationale.

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

---

<sup>1</sup> Mehdi ABBAS, L'accession de l'Algérie à l'OMC, entre ouverture contrainte et ouverture maîtrisée, Document de travail à l'université de Grenoble, 2009, P1.

### **Conclusion du chapitre**

La question des exportations hors hydrocarbures n'a pas beaucoup changé depuis 1995. Plus encore les nombreuses limites montrées par les dispositifs, qui sont loin de remplir le rôle qui devrait être dans la promotion et la dynamisation des exportations hors hydrocarbures, n'ont pas été corrigées et aucune nouvelle mesure n'a vu le jour. De nombreux obstacles continuent de s'opposer à l'action d'exporter, des obstacles qui mettent en cause des procédures bureaucratiques encore très lourdes à l'échelle du déroulement de n'importe quelle opération. Les incitations, notamment financières, qui sont en place sont, certes, très appréciées ; néanmoins, elles ne compensent que faiblement le poids des lourdeurs bureaucratiques et des surcoûts qui affectent les transactions à l'exportation.

Ainsi, les accords d'association ouvre pour l'Algérie les portes de la concurrence et d'exporter les produits hors hydrocarbures, et augmenter les revenus de ces exportations, ainsi redynamiser l'appareil de production des entreprises et donner un nouveau vêt à la production nationale et enrichir par-là les exportations hors hydrocarbures afin de parvenir à prendre une place dans le marché mondial.

## **Chapitre IV : Analyse de la politique de soutien aux exportations hors hydrocarbures dans la wilaya de Béjaia**

### **Introduction**

Afin de mettre en éclairage les éléments que nous avons abordés dans les deux chapitres précédents à savoir, les contraintes et les risques inhérents au processus d'exportation des entreprises algériennes et la politique mise en place par les autorités publiques dans le but d'appuyer les entreprises exportatrices, d'accroître la part des exportations et de diversifier leur structure, la réalisation d'une enquête de terrain auprès des entreprises qui ont effectué des exportations et qui souhaitent améliorer leur déploiement à l'international s'avère indispensable. La rencontre de certains responsables et leur interrogation sur leur expérience en matière d'exportation nous permettra de mettre en lumière la réalité de leurs besoins en matière d'accompagnement sur les marchés étrangers.

Ainsi, la présente étude nous permettra de repérer les limites de la politique de promotion des exportations hors hydrocarbures établie par les pouvoirs publics algériens.

L'enquête touche aussi les entreprises qui n'ont pas franchi le premier pas à l'exportation pour essayer d'aller au plus près des raisons ou empêchements liés à la situation.

Dans le présent chapitre, nous allons présenter la zone d'étude et l'enquête de terrain que nous avons menée auprès d'un échantillon d'entreprises dans la wilaya de Béjaia.

Dans un premier temps, nous présenterons le terrain de notre recherche : la wilaya de Béjaia en mettant en relief les points suivants : l'aspect géographique et démographique et la situation des secteurs d'activités de wilaya de Béjaia.

En second lieu, nous exposerons la démarche méthodologique avec laquelle nous avons travaillé pour la réalisation de l'enquête et nous discutons respectivement : les objectifs de l'enquête et son déroulement, la conception et le contenu du questionnaire, l'échantillon étudié, la collecte et l'analyse des données.

## **Section 1 : Présentation du champ de l'enquête : la wilaya de Béjaia**

Dans cette section, nous présenterons la wilaya où s'est déroulée notre enquête. Nous essaierons de déceler les atouts et les potentialités de cette région, les infrastructures de base qui a aidé le développement des entreprises et les principales activités économiques.

Comme cadre de l'enquête, nous avons choisi la wilaya de Béjaia pour les raisons ci-après :

- Notre connaissance parfaite de cette région qui nous permettra une meilleure gestion des moyens disponibles et compte tenu du temps qui nous est imparti ;
- Conditions d'accès faciles pour la majorité des localités.

Pour la présentation de notre milieu d'étude, nous commencerons par l'aspect géographique et démographique de la wilaya, ensuite, nous traiterons l'agriculture. Enfin, nous présenterons le secteur industriel de la wilaya.

### **1.1. Les caractéristiques géographiques et sociales de la wilaya de Bejaia**

En matière d'activités économiques, La wilaya de Béjaia est incontestablement une des régions nationales les plus dynamiques.

#### **1.1.1. Situation géographiques**

La wilaya de Béjaia, issue du découpage administratif de 1975, se situe au Nord-est de la région centre de l'Algérie. C'est une wilaya côtière qui s'ouvre sur la mer Méditerranée avec une façade maritime de plus de 100 km, alternant criques rocheuses et plages de sable fin. Elle est organisée en 19 daïras chapeautant 52 communes. Avec une population de 941110 habitants fin 2014, elle s'étend sur une superficie de 3223,5km<sup>2</sup>. Elle a des limites administratives avec 5 wilayas : Tizi-Ouzou et Bouira à l'Ouest ; Jijel à l'Est et Sétif et Bordj Bou Arreridj au Sud<sup>1</sup>.

**1.1.1.1. Relief** : Située en plein atlas tellien, le territoire de la Wilaya de Bejaia se présente comme une masse montagneuse compacte et bosselée, traversée par le couloir formé par la vallée de la Soummam.

On peut distinguer trois ensembles de reliefs:

---

<sup>1</sup> Abdellah REDOUANE, Développement des PME et promotion des exportations : quelles perspectives pour l'Algérie ? Une étude de cas de la wilaya de Béjaia, Mémoire de Magistère en Sciences Economiques, Université de Béjaia, 2009, P, 57.

## **Chapitre IV : Analyse de la politique de soutien aux exportations hors hydrocarbures dans la wilaya de Béjaia**

---

- L'ensemble de montagnes: occupe 75% (3/4) de la superficie totale de la Wilaya. Elle est constituée des chaînes des Bibans, Babors et Djurdjura ;
- L'ensemble de piémonts: d'une morphologie ondulée constitue d'une succession de collines, il apparaît moins accidenté que la zone de montagne. Il représente la zone intermédiaire entre la plaine et la montagne ;
- L'ensemble de plaine composé des plaines de la vallée de la Soummam qui apparaît comme une bande sinueuse de 80 Kms de long sur une largeur maximale de 04 Kms et la plaine côtière qui sépare la mer et la chaîne des babors, elle se présente comme une bande étroite qui s'étend de l'embouchure de Oued Soummam à celui de Oued Agrioun, soit une trentaine de Kilomètres.

**1.1.1.2. Climat:** Appartenant au domaine méditerranéen, le climat de la wilaya de Béjaia varie d'une zone à une autre.

- La zone littorale et la vallée de la Soummam jouissent d'un climat pluvieux et doux en hivers, sec et chaud en été favorable au développement du tourisme balnéaire ;
- Le climat des zones de montagnes est caractérisé par un été sec et chaud et un hiver pluvieux et froid, la température atteint parfois 0 c° et moins ce qui s'accompagne par la chute de neige, un élément propice au développement du tourisme climatique et les sports d'hiver.

### **1.1.2. Population de la wilaya de Béjaia**

Comme dans toute la Kabylie, la wilaya de Béjaia est à relief montagneux prononcé, (75% du territoire). Les zones montagneuses, notamment le massif des Babors au sud, le prolongement du Djurdjura à l'ouest et le massif d'Akfadou se rejoignent aux hauteurs d'El-Kseur et de Toudja, se dressent en parallèle de part et d'autre de l'oued Soummam. Ces deux grandes parties du territoire de la wilaya, classées zones difficiles, connaissent une densité de population très faible en comparaison avec la densité moyenne de la wilaya qui est de 297 hab/ Km<sup>2</sup>. Par contre, les zones de plaines, longeant l'oued Soummam, connaissent une très forte densité et concentrent plus de la moitié de la population de wilaya. Ainsi, nous comprendrons comment la topographie et le relief de la région influent sur concentration de l'activité humaine dans le couloir qui longe l'oued Soummam.

**Chapitre IV : Analyse de la politique de soutien aux exportations hors hydrocarbures  
dans la wilaya de Béjaia**

**Tableau N°11 : Répartition de la population de la wilaya de Béjaia par daïras  
(au 31/12/2008)**

Daïra	Population issue du RGPH d'avril 2008	Population au 31/12/2008			
		Urbaine	Rurale	Total	Part en % d'urbanisation
<b>Bejaia</b>	194 4111	165 426	31 224	196 650	84.12
<b>Akbou</b>	77 969	35 967	42 893	78 860	45.61
<b>Amizour</b>	74 743	19 139	56 471	75 610	25.31
<b>Kherrata</b>	64 435	8 202	56 988	65 190	12.58
<b>El Kseur</b>	50 423	20 945	30 085	51 030	41.04
<b>Sedouk</b>	45 730	7 533	3 877	46 240	16.29
<b>Tazmalt</b>	48 516	11 850	37 220	49 140	24.11
<b>Chemini</b>	36 294	9 201	27 539	36 740	25.04
<b>Drguina</b>	42 282	0	42 820	42 820	0.00
<b>Sidi Aich</b>	39 319	11 132	28 638	39 770	27.99
<b>Tichy</b>	36 912	3 707	33 633	37 340	9.93
<b>Souk El tenine</b>	33 018	0	33 460	33 460	0.00
<b>Barbacha</b>	22 269	0	22550	22 550	0.00
<b>Aokas</b>	28 906	5 757	23 523	29 280	19.66
<b>Ighil Ali</b>	23 896	0	24 200	24 200	0.00
<b>Adekar</b>	23 923	0	24 190	24 190	0.00
<b>Timezrit</b>	25 643	0	25 950	25 950	0.00
<b>Ouzllaguen</b>	22 529	15 368	7 442	22 810	67.37
<b>Beni Maouche</b>	13 001	0	13 170	13 170	0.00
<b>Total</b>	904 219	314 227	600 773	915 000	34.34

Source : DPAT, « Annuaire statistique de la wilaya de Bejaia », résultat 2008.

Les données de tableau n°11 montrent que la population de la wilaya de Béjaia se concentre dans les villes situées dans la vallée de la Soummam, où elles trouvent une occupation essentiellement dans les secteurs de l'agriculture et des industries légères, et la ville de Bejaia qui occupe la première place avec plus de 100 000 habitants. La population active de la wilaya en 2009 est de 351 180 personnes aptes pour travailler, et la population occupée elle est de 307 280 personnes qui travaillent dans les différents secteurs.

### **1.2. Les infrastructures de base et les principales activités économiques**

La wilaya de Béjaia dispose des infrastructures et des équipements de base importants et nécessaires à l'activité économique. Elle semble jouir d'atouts importants comparativement à d'autres régions du pays, ce qui lui donne un certain dynamisme tout au moins pour développer les entreprises quel que soit leurs taille.



### **1.2.1. Les infrastructures de base**

Sur le territoire de la wilaya de Bejaia, nous comptons un port, un aéroport et un réseau routier et des chemins de fer qui contribuent dans une large mesure à déterminer le degré du dynamisme de l'activité économique d'une région.

#### **1.2.1.1. Le réseau routier**

La région de Béjaia dispose d'un réseau routier relativement important et se compose de 444,20 km de routes nationales, 659 km de chemins de wilaya, et 3467,4<sup>1</sup> km de chemin communaux. Les principaux axes du réseau national sont dans un état relativement convenable, et desservent les centres les plus dynamiques de la wilaya du point de vue économique.

La route nationale N°26 reliant Béjaia et Bouira, axe structurant par excellence, d'une part fait l'objet d'une modernisation afin de favoriser et répondre au mieux aux besoins de<sup>2</sup> transport de gros tonnage à partir des installations portuaires, et d'autre part, l'adapter aux ambitions locales de développement économique et social.

#### **1.2.1.2. La ligne ferroviaire**

S'agissant des infrastructures ferroviaires, la wilaya de Béjaia dispose d'une seule voie ferrée d'une longueur de 90 km, qui remonte toute la vallée de la Soummam, pour relier<sup>2</sup> au niveau de Béni Mansour Béjaia au réseau national. Le système compte 9 gares et 4 haltes (Béjaia, Oued Ghir, El kseur, Il Maten, Sidi aiche, Ighzer Amokrane, Akbou, Tazmalt, Beni Mansour). Il est à noter que la part du transport ferroviaire dans le transport des voyageurs ne cesse de diminuer ces dernières années. Cette diminution est due à la concurrence exercée par le transport routier, depuis l'ouverture de ce secteur au privé, et à d'autres facteurs liés au transport par rail (lenteur surtout pour les longues distances). Notons, toutefois, qu'au cours de l'année 2008, la voie ferrée a été entièrement rénovée et il est prévu un autorail pour relier la wilaya de Béjaia à Alger. Cette infrastructure est en mesure de relancer le transport ferroviaire et d'améliorer l'attractivité de la région.

---

<sup>1</sup> ANDI, Invest in Algeria, la wilaya de Béjaia, 2013, P10.

<sup>2</sup> DPAT, Annuaire statistique de la wilaya de Béjaia, 2011, P 148.

### **1.2.1.3. L'infrastructure portuaire**

Le port de Béjaia offre de bonnes commodités de par sa proximité aux autres infrastructures de transport (aéroport, voie ferroviaire, infrastructures routières). Il constitue un atout stratégique pour toute la région aussi bien pour le transport de marchandises que celui des voyageurs. Il se compose de trois bassins qui s'étendent sur une superficie de 156 ha, d'un terre-plein d'une superficie de 50 ha, avec une longueur totale des quais de 2 730 m et de 5 jetées d'une longueur de 3 400 m. Les caractéristiques des bassins et leur affectation sont :

- Le bassin de l'avant-port (port pétrolier), d'une superficie de 75 ha et des profondeurs qui varient de 10,5 à 13,5 m, est spécialisé dans le traitement des pétroliers ;
- Le bassin du vieux port (Commerce/Voyageurs), d'une superficie de 26 ha et des profondeurs qui varient de 6,1 à 7,4 m, est réservé au traitement de marchandises générales et au transbordement de passagers ;
- Le bassin de l'arrière-port (céréalerie), d'une superficie de 55 ha et des profondeurs variant de 8 à 9,3 m, traite de marchandises générales.

### **1.2.1.4. Infrastructure aéroportuaire**

La wilaya de Béjaia dispose d'un aéroport, situé à 5 km à l'Est du chef-lieu. Il assure la liaison avec plusieurs villes du pays et les principales villes de France. Sa configuration comprend les infrastructures suivantes<sup>1</sup> :

- Une piste pour aéronef de type Boeing 727 d'une superficie totale de 108 000 m<sup>2</sup> (d'une longueur de 2400 m, et de 45 m de largeur) ;
- Un parking d'une superficie de 24 576 m<sup>2</sup> (256 m de longueur sur 96 m de largeur), dont la capacité de réception est de 04 aéronefs (type Boeing727) ;
- Deux voies de circulation reliées à la piste de 23 m de largeur ;
- Une aérogare d'une superficie de 8118 m<sup>2</sup> et une capacité théorique de 800 passagers par jour.

Depuis sa création, l'aéroport de Béjaia connaît des fluctuations permanentes à la hausse comme à la baisse du trafic de passagers. Ceci concerne davantage les lignes nationales que les lignes internationales.

---

<sup>1</sup> Annuaire statistique de la wilaya de Béjaia, (2014), P. 14.

## Chapitre IV : Analyse de la politique de soutien aux exportations hors hydrocarbures dans la wilaya de Béjaia

### 1.2.2. Les principales activités économiques

La wilaya de Béjaia connaît une importante dynamique économique dans les différentes branches d'activité. En termes de création de PME elle se situe dans le TOP 5, à l'échelle nationale juste derrière Alger, Oran et Tizi Ouzou.

#### 1.2.2.1. Agriculture

Dans la wilaya de Béjaia, l'agriculture est une activité ancestrale, elle a été toujours au cœur de l'activité économique de la population locale. Etant une région à vocation agricole, elle compte une surface agricole utile (SAU) de près de 130 000 Ha.

Pour ce qui est de cette activité, elle peut se diviser en deux grands groupes : l'agriculture de plaine et celle de la montagne. Le premier groupe s'est développé particulièrement sur les terres situées dans la vallée de la Soummam et les plaines côtières. Il concerne les cultures arboricoles en premier degré, suivi de terres labourables pour les céréales, l'aliment de bétail et la culture légumière. Ces cultures demandent souvent à être irriguées, ce qui a justifié leur développement près des oueds. Le second groupe, c'est-à-dire l'agriculture pratiquée dans les zones de piémonts et de montagne, qui constituent l'essentiel du territoire de la wilaya, concerne principalement les activités qui ne dépendent pas beaucoup de l'irrigation. Les espèces dominantes sont l'olivier et le figuier, les cultures maraîchères sont aussi présentes mais pratiquées sur des espaces réduits et orientées plus vers l'autoconsommation que vers le marché. Le cheptel, quant à lui, n'est pas important comparativement aux possibilités existantes. Par contre, l'élevage avicole est très développé et satisfaisant. Le tableau suivant montre les principales productions de la wilaya de Béjaia pour l'année 2014.

**Tableau N°12 : Les principales productions en 2014**

Produit	Quantité en quintaux
Céréales	118354
Légumes secs	8637
Cultures maraichères	836529
Fourrages	430560
Agrumes	201380
Oliviers	534465
Figuier	293693
Vigne de table	27770
Cultures industrielles	14935

Source : annuaire Statistique de la wilaya de Béjaia 2014.

## Chapitre IV : Analyse de la politique de soutien aux exportations hors hydrocarbures dans la wilaya de Béjaia

### 1.2.2.2. Industrie

Le secteur industriel connaît un développement significatif depuis la seconde moitié des années 90 et possède aujourd'hui un tissu industriel important dominé par l'industrie agroalimentaire. Le secteur public qui était dominant jusqu'au milieu des années 90, perd sa prédominance devant un secteur privé très dynamique et qui a pu s'installer et s'imposer très rapidement. L'industrie publique compte, selon les données de la DPAT (2014) plus de 220 unités en activité notamment dans l'industrie légère et de transformation. Les unités les plus importantes sont<sup>1</sup> :

- **Textiles et cuirs** : Complexe Jjute, Ecotex (Alcost) et TCB (Icotal) à Bejaia, Cotitex (Alcovel, Sentex) et Emac (Macsoum, Smak) à Akbou et Kherrata, Inditex(Alfaditex) à Fenaïa, Sonitex à Kherrata ;
- **Matériaux de construction** : SOMACOB à Béjaia ville et à El Kseur, ECE(SOCERCA) à Amizour ;
- **Bois et liège** : Transbois, BGS et Béjaia liège à Béjaia et à Aokas ;
- **Agroalimentaire** : ERIAD (Moulins de la Soummam) à Sidi Aich et à Kherrata, ENCG (COGB) à Bejaia.

Tableau N°13 : Les zones industrielles de la wilaya de Béjaia ,2013.

Commune	Propriétaire	Sup Total (ha)	Sup Cessible (ha)	Nombre De lots Créé	Nombre De lots attribués	Nombre De lots vacants	Sup Disponible (ha)
Bejaia	URBAS	119	102	88	88	0	/
Akbou	URBAS	40	38	6	5	1	3
El Kseur	Commune	50	33	57	57	0	/

Source: ANDI, Invest in Algeria, la wilaya de Bejaia, 2013, P.23.

### 1.2.2.3. Le secteur des mines

Le territoire de la wilaya recèle des gisements de substances minérales, métalliques et non métalliques importants<sup>2</sup> :

- Les gisements d'argile R'mila d'une capacité de 16 millions de tonnes;

<sup>1</sup> Direction de commerce et d'industrie de la wilaya de Béjaia, 2014.

<sup>2</sup> ANDI, op.cit., P20.

## Chapitre IV : Analyse de la politique de soutien aux exportations hors hydrocarbures dans la wilaya de Béjaia

- Le gisement de gypse de Boudjellil;
- Les grès siliceux de Tourirt Ighil;
- Le gisement de poly-métaux dans le massif, vulcanaux sédimentaire d'Amizour;
- Le gisement de Célestine dans la région de Beni Mansour

### 1.2.2.4. Le tourisme

Dans le domaine du tourisme, la wilaya de Béjaia a d'énormes potentialités :

- Relief extrêmement varié (mer, rivières, lacs, cascades, montagnes, forêts...);
- Histoire millénaire, riche et tumultueuse ;
- Littoral de 100 km avec plages de sables, plages de galets, criques, anses, falaises, caps, estuaire, îles ;
- Forêts parmi les plus belles et les plus grandes du pays ;
- Faune diversifiée et flore luxuriantes.

Cette dotation exceptionnelle est complétée par un patrimoine historique riche en vestiges et monuments, de nombreuses curiosités ; une population chaleureuse et accueillante et must du must, la ville de Béjaia est la plus belle d'Algérie et la baie de Bougie l'une des plus belles du bassin méditerranéen.

**Tableau N°14** : Quelques sites naturels et monument culturel

Désignation	Localisation
Monuments Hafsides (casbah), Bordj moussa, fort gouraya, porte sarasine	Bejaia
Ruines romaines de Tiklat	El Kseur
Plateaux des ruines, Fort de Gouraya Pic des singes, vallée des Aignades, Cap Bouak, Cap Carbon.	Bejaia
Château de la Contesse, Cap Aokas, grottes d'Aokas	Aokas
Plages du golfe de Béjaia.	Bejaia
Cap Tichy.	Tichy
Corniche, Iles et îlots, Caps Criques, falaise, Grottes.	Bejaia
Gorges de Chaabet el Akhra.	Kherrata
Lac artificiel d'Ighil Emda	Kherrata
Forêt d'Akfadou.	Akfadou
Forêt de Babor.	Tamriodjet
Cascade de Kefrida.	Taskriout
Grotte de Tizi Mezroug.	Ouzellaguen

Source : DPAT 2008.

## **Chapitre IV : Analyse de la politique de soutien aux exportations hors hydrocarbures dans la wilaya de Béjaia**

---

Les infrastructures touristiques de la région sont constituées par 70 hôtels totalisant une capacité de 3 842 lits (sur lesquels 9 structures totalisant 264 lits sont fermées). Le standing des hôtels est variables, 7 hôtels (4 publics et 3 privés) d'une capacité de 1056 lits, sont classés ; le reste, soit 63 hôtels (4 publics et 59 privés) ne sont pas classés mais offrent 2786 lits. Le parc hôtelier se répartit comme suit :

- 20 hôtels balnéaires d'une capacité de 1806 lits (dont deux publics d'une capacité de 603 lits) ;
- 35 hôtels urbains d'une capacité de 1703 lits (dont 5 publics d'une capacité de 179 lits) ;
- 10 hôtels thermaux d'une capacité de 289 lits ;
- 1 hôtel climatique public d'une capacité de 60 lits.

La wilaya de Béjaia compte 11 zones d'expansions touristiques (ZET), d'une superficie totale de 817 hectares, réparties dans les commune de Bejaia (04), Beni-ksila (02), Toudja, Boukhelifa, Souk el Tenine, Aokas et Melbou (01 chacune). Deux de ces zones ont bénéficié d'un programme d'études d'aménagement et de viabilisation : la ZET d'Agrioun dans la commune de Souk El Tenine et la ZET d'Aokas.

### **1.2.2.5. Les activités tertiaires**

Avec 13.464 unités employant 45.628 travailleurs pour l'année 2007, le bâtiment et travaux publics, le commerce et le transport et communications sont les secteurs d'activité dominants, représentant plus de 50% de la totalité des activités mais ne générant malheureusement qu'un quart des emplois créés. À cet effet le développement du secteur tertiaire a été encouragé par les différents dispositifs de lutte contre le chômage, tel que l'ANSEJ<sup>1</sup> qui a financé un grands nombre de projets.

## **Section 2 : Présentation de l'enquête de terrain**

Dans cette section nous présentons notre enquête de terrain. Nous allons au début exposer l'objectif de cette enquête, puis la structure et le contenu du questionnaire, par la suite nous abordons le déroulement de notre enquête et l'échantillon final.

### **2.1. L'objectif de l'étude**

Notre étude se propose d'identifier les principaux obstacles et contraintes faisant barrières aux entreprises durant leur démarche d'exportation, en s'efforçant de montrer si celles-ci se servent, à la mesure du potentiel, de l'ensemble des mesures et mécanismes d'aide

---

<sup>1</sup> Agence Nationale de Soutien de l'Emploi des Jeunes.

## **Chapitre IV : Analyse de la politique de soutien aux exportations hors hydrocarbures dans la wilaya de Béjaia**

---

instaurés par le gouvernement. Ainsi, nous cherchons à savoir ; dans quelle mesure ces derniers lèvent ces contraintes qui freinent l'expansion des exportations de ces entreprises.

Dans ce cadre, nous tentons par le biais de notre étude de répondre aux questions suivantes :

- Quelles sont les contraintes et les problèmes qui entravent le processus d'exportation des entreprises exportatrices ?

- Quelles sont les politiques adoptées par l'Etat algérien dans le t de la promotion des exportations hors hydrocarbures ? Et ces politiques d'accompagnement sont-ils adaptés aux besoins réels des entreprises exportatrices ?

### **2.2. Déroulement de l'enquête**

Afin de répondre aux questions que nous avons précédemment posées, nous avons procédé à la réalisation d'une enquête auprès d'un échantillon d'entreprises dans la wilaya de Béjaia ayant une activité plus ou moins régulière.

En voici la démarche que nous avons suivie :

Bien que ce choix soit difficile à effectuer, il était important pour nous de nous rapprocher le plus possible des entreprises ayant connu une certaine présence sur les marchés étrangers.

Nous avons envoyé 60 questionnaires et reçu de retour seulement 30 questionnaires utilisables. Ce nombre n'est cependant pas négligeables, car nous avons pu réaliser des entretiens semi-directifs et avons interviewé personnellement les responsables de certaines principales entreprises qui assurent les exportations hors hydrocarbures algériennes. Ces entreprises sont de nature et de statut juridiques différents, ayant déjà exporté et/ou en train d'exporter.

### **2.3. Choix de l'échantillon**

Le choix de notre échantillon se justifie par plusieurs facteurs à savoir :

- La proximité du milieu de l'enquête.
- La concentration de la plupart des entreprises dans les zones industrielles et les zones d'activité ;

Nous pouvons dire que nous n'avons pas eu à choisir la taille de l'échantillon, car suite aux difficultés rencontrées et au refus des entreprises à répondre, nous nous sommes contentés de celles qui ont accepté de le faire et de donner ainsi une suite favorable à notre requête.

## **2.4. Présentation du questionnaire**

Nous avons établi un questionnaire comportant 49 questions au total réparties sur 06 grands axes à savoir : (voir Annexe 3)

### **Axe 1 : Identification de l'entreprise**

Ce sont 08 questions d'ordre général, permettant de recueillir des renseignements généraux tel que, la dénomination, la raison sociale et d'identifier la nature et le statut juridique des entreprises, leurs secteurs d'activités et leurs tailles (mesurée par le nombre de travailleurs).

### **Axe 2 : L'entreprise et les premiers pas à l'exportation**

Comporte 13 questions touchant principalement les premiers pas de l'entreprise à l'exportation, permettant de recueillir des informations sur les activités réalisées au niveau international par l'entreprise, l'origine de la première opération d'exportation.

### **Axe 3 : L'entreprise et la stratégie d'exportation**

Cet axe comporte 11 questions qui permettent d'identifier les modalités d'accès aux marchés internationaux, les facteurs de réussite de la démarche d'exportation et sa structure à l'export.

### **Axe 4 : L'évolution du processus d'exportation dans l'entreprise**

Cette partie comporte six questions liées à la part des exportations dans le chiffre d'affaires de l'entreprise et évolution de cette part dans le temps dans le but de déceler l'effet des mesures prises par les pouvoirs publics pour commencer l'exportation hors hydrocarbures.

### **Axe 5 : L'entreprise et les obstacles à l'exportation**

Cet axe recèle des questions liées aux obstacles et contraintes faisant barrières aux entreprises dans leurs démarches d'exportations ainsi que les risques auxquels elles s'exposent.

### **Axe 6 : L'entreprise et les politiques de soutien de l'Etat aux exportations hors hydrocarbures**

Comporte neuf questions touchant principalement les mesures initiatives à l'export mises en place par les pouvoirs publics, ainsi que les attentes des entreprises en matière d'accompagnement dans leur démarche de conquête de marché étrangers.



## **2.5. Technique du dépouillement et traitement des données**

Afin de dépouiller l'ensemble des données collectées dans le cadre de notre enquête, nous avons procédé au traitement manuel de celles-ci. Ce type de traitement convient à un petit nombre de questionnaires, et permet d'effectuer le simple comptage de réponses obtenues pour chacune des questions posées.

Nous allons dans la section suivante traiter et analyser les résultats relatifs aux caractéristiques générales des entreprises interrogées ainsi que celles liées à leur activité d'exportation, enfin aux appuis mobilisés.

## **Section 3 : Présentation et traitement des résultats de l'enquête**

Nous allons en premier lieu de cette troisième section identifier le profil des entreprises enquêtées, puis les différentes facilités et entraves que les entreprises rencontrent tout au long de leur démarche exportation sur le terrain. En dernier lieu, nous analyserons le dispositif d'appui dont bénéficient ces entreprises ainsi que leurs attentes en matière d'accompagnement sur les marchés étrangers.

### **3.1. Identification des entreprises enquêtées**

Afin de pouvoir caractériser les entreprises enquêtées, l'identification des entreprises consiste à dénombrer leurs caractéristiques à savoir :

#### **3.1.1. La nature juridique des entreprises enquêtées**

La répartition selon la nature juridique des entreprises de notre enquête affiche les résultats qui sont résumés dans le tableau N°15 :

**Tableau N°15 : Répartition des entreprises selon la nature juridique**

<b>Nature</b>	<b>Nombre d'entreprises</b>	<b>Part en %</b>
<b>Privée</b>	<b>22</b>	<b>73.33</b>
<b>Publique</b>	<b>5</b>	<b>16.67</b>
<b>Mixte</b>	<b>3</b>	<b>10</b>
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

Source : résultats de l'enquête de terrain

Depuis les années 1990, le privé accroît de plus en plus sa place dans la création des entreprises de différent secteur d'activités soit 73,33% des entreprises enquêtées sont de

## Chapitre IV : Analyse de la politique de soutien aux exportations hors hydrocarbures dans la wilaya de Béjaia

nature juridique privée. Uniquement 16,67% de ces entreprises sont de la propriété de l'Etat. Quant au reste qui est de nature mixte présente une part de 10% des entreprises interrogées.

### 3.1.2. Répartition des entreprises selon le statut juridique

Les formes juridiques revêtues par les entreprises de notre échantillon sont diverses et variées, les résultats de notre enquête sont résumés dans le tableau suivant :

**Tableau N°16 : Répartition des entreprises enquêtées selon le statut juridique**

Statut juridique	Nombre d'entreprises	Part en %
SNC	2	06.67
SARL	14	46.66
SPA	12	33.33
EURL	2	06.67
Entreprise individuelle	2	06.67
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

Source : résultats de l'enquête de terrain

Presque 87% des entreprises interrogées prennent la forme sociétaire. Soit la forme SARL (Société à Responsabilité Limitée) qui est le statut dominant 46.66%, soit celle de SPA (Société Par Action) (33.33%), ou celle de SNC (6,67). Les autres statuts juridiques existent mais avec de faibles proportions (6,67).

### 3.1.3. Répartition des entreprises interrogées selon la taille

Au plan de la répartition selon la taille le tableau 03 laisse apparaître les résultats suivant :

## Chapitre IV : Analyse de la politique de soutien aux exportations hors hydrocarbures dans la wilaya de Béjaia

**Tableau N°17: Répartition des entreprises interrogées en fonction de leur taille**

Taille de l'entreprise	Nombre d'entreprises	Part en %
Grande entreprise	10	33.33
PME (petite et moyenne entreprise)	16	53.34
TPE (très petite entreprise)	4	13.33
Total	30	100

Source : résultats de l'enquête de terrain

L'analyse par taille des entreprises enquêtées révèle que la majorité de ces dernières sont des PME (Petites ou Moyennes Entreprises) avec une part de 53.34%. Elles emploient un nombre d'effectif qui va de 10 à 250 employés. Cela n'est pas le fait du hasard, mais conditionnés par un certain nombre de critères pris pour assurer la représentativité de l'échantillon. Pour les grandes entreprises, celles-ci représentent une part de 33.33% du total des entreprises de l'échantillon, dont la majorité sont des entreprises familiales.

### 3.1.4. Répartition des entreprises selon le secteur d'activité

Les entreprises interrogées exercent leurs activités dans différents secteurs. 43.33 % d'entre elles sont dans l'agroalimentaire qui est le secteur le plus dominant.

Après avoir adopté les réformes économiques, qui ont pour but de mettre en place une économie de marché en Algérie, le secteur des industries agroalimentaires a subi un grand changement dans sa configuration. Le secteur matériaux de construction représente 16.66% des entreprises enquêtées. Le secteur chimie et plastique vient en troisième position avec une part 10%.

**Chapitre IV : Analyse de la politique de soutien aux exportations hors hydrocarbures  
dans la wilaya de Béjaia**

**Tableau N°18 : Répartition des entreprises enquêtées selon leur secteur d'activités**

Secteur d'activité	Nombre d'entreprises	Part en %
<b>Industrie agroalimentaire</b>	13	43.33
<b>Industrie de textile et cuire</b>	1	03.33
<b>Matériaux de construction</b>	5	16.67
<b>Bois, liège et papier</b>	2	06.67
<b>Chimie et plastique</b>	3	10
<b>Commerce de gros ou détail</b>	1	03.33
<b>Entreprise de service</b>		
<b>Industrie de ressources naturelles</b>		
<b>ISMME</b>	2	06.67
<b>Autres</b>	3	10
<b>Total</b>	30	100

Source : résultats de l'enquête de terrain

**3.1.5. L'ancienneté des entreprises interrogées**

**Tableau N°19 : Répartition des entreprises par catégorie d'âge**

Années d'ancienneté	Nombre d'entreprises	Part en %
Inférieur à 5 ans	3	10
Entre 5 et 10 ans	6	20
Supérieur à 10 ans	21	70
Total	30	100

Source : résultats de l'enquête de terrain

## Chapitre IV : Analyse de la politique de soutien aux exportations hors hydrocarbures dans la wilaya de Béjaia

La répartition par catégorie d'âge des entreprises de notre échantillon, comme indiqué dans le tableau N°19 montre que la plupart des entreprises interrogées soit 70% ont une expérience plus de 10 années. Une proportion de 10% seulement ont une ancienneté de moins de 5 ans.

### 3.2. L'entreprises et les premier pas à l'exportation

#### 3.2.1. Position des entreprises à l'égard de l'objectif d'exportation

Parmi les entreprises interrogées, 40 % ont déclaré que l'exportation constitue pour elles un objectif principal. Et parmi ces dernières, 8, 33% considèrent que l'exportation est un moyen de survie, 91 % au contraire le considèrent comme un moyen de développement de l'entreprise. Quant aux entreprises pour lesquelles l'exportation n'est pas un objectif principal, elles sont de l'ordre de 60 % et 27,28 % d'entre elles jugent que le marché local est satisfaisant, par contre 5,55 % justifient cela par le manque des ressources (financières et humaines).

#### 3.2.2. Situation des entreprises à l'égard de l'exportation

Tableau N°20: Situation des entreprises à l'égard de l'exportation

	Nombre d'entreprise	Part en %
L'entreprise exporte des produits ou services	11	36,37
L'entreprise a déjà exporté, mais seulement une fois	4	13,33
L'entreprise a déjà débutés des démarches d'exportation, mais elle a abandonné cette idée	4	13,33
L'entreprise n'a jamais pensé pouvoir exporter	9	30
Le produit ou services n'est pas exportable	2	06,67
Total	30	100

Source : résultats de l'enquête de terrain

Ce tableau a pour objectif de déterminer les situations qui s'appliquent aux entreprises interrogées à l'égard de l'exportation. D'après les données du ce tableau nous pouvons constater que plus de 36, 37% des entreprises interrogées exportent des produits ou services. 30% des entreprises interrogées n'ont jamais pensés qu'ils pourraient exporter, et plus de 13% des entreprises ont déjà débutés des démarches d'exportations mais ils ont abandonnés cette idée. La même proportion d'entreprise, soit 13.33 ont déclaré qu'elles ont déjà exporté mais seulement une fois.

## Chapitre IV : Analyse de la politique de soutien aux exportations hors hydrocarbures dans la wilaya de Béjaia

### 3.2.3. Participation des entreprises aux manifestations commerciales

La majorité des entreprises enquêtées soit 87% déclarent avoir participées à des foires internationales en Algérie et plus de 36% ont participé à des foires internationales à l'étranger.

### 3.2.4. Les principales causes expliquant le non engagement des entreprises interrogées dans l'activité d'exportation

Tableau N°21 : Les raisons de non engagement des entreprises dans l'activité d'exportation

	Nombres d'entreprises	Part en %
L'entreprise n'est pas intéressée par l'exportation	2	10,53
Les produits de l'entreprise ne peuvent être exportés	2	10,53
Le marché local est suffisant pour votre entreprise	7	36,84
Le processus d'exportation est jugé trop long et complexe	5	26,32
Les activités d'exportation sont jugées risquées		
Le manque d'expérience pour lancer l'entreprise sur le marché international	6	31,58
L'exportation fait peur à l'entreprise		
Le manque d'aide des autorités publiques	6	31,58
L'exportation ne cadre pas avec l'objectif de croissance de l'entreprise	1	05,26
L'entreprise est trop jeune	4	20 ,05
Autres	1	05,26

Source : Résultats de l'enquête de terrain

L'objectif de ce tableau est de savoir pourquoi ces entreprises ne sont pas engagées dans l'activité d'exportation. D'après les résultats de l'enquête, 37% des entreprises ne sont pas engagées dans l'international car le marché local est suffisant pour elles. En revanche, d'autres entreprises, soit 31 ,58% veulent que leurs produits soient exportés, mais le manque de l'aide des autorités publiques et le manque de l'expérience pour se lancer sur le marché

## Chapitre IV : Analyse de la politique de soutien aux exportations hors hydrocarbures dans la wilaya de Béjaia

international, ont conduites ces dernières à abandonner l'idée d'exportation. Certaines entreprises soit 26,23% considèrent que le processus d'exportation est trop long et complexe, et 20,05 % des entreprises considèrent qu'elles sont trop jeunes pour se lancer à l'international.

### 3.2.5. Modalités d'accès au premier marché export

Tableau N°22 : Modalités d'accès au premier marché export

	Nombre d'entreprises	Part en %
Une sollicitation directe d'un client étranger	07	63,63%
Un contact sur un salon à l'étranger	0	0%
Un contact sur un salon en Algérie	02	18,18%
Une démarche de prospection à l'étranger	01	9,09%
Un e-mailing	0	0%
Une recommandation d'une entreprise/un partenaire/fournisseur	0	0%
Autres (appel d'offre)	1	9,09%

Source : Résultats de l'enquête du terrain

Les résultats de ce tableau indiquent que 63,63% des entreprises interrogée ont fait recours dès leur première opération d'exportation à une sollicitation directe d'un client étranger, suivi d'un pourcentage de 18,18% des entreprises ont déclaré de commencer leur premiers activités par un contacte sur un salon en Algérie, alors que 9,09% des entreprises exportatrices ont fait une démarche de prospection à l'étranger et un appel d'offre. Pour un contact sur un salon à l'étranger, une-mailing et une recommandation d'une entreprise /un partenaire /fournisseur, aucun de ces entreprises n'a évoqué ces modalités d'accès.

### 3.3. L'entreprise et la stratégie d'exportation

#### 3.3.1. Le mode d'accès utilisé par les entreprises exportatrices

## Chapitre IV : Analyse de la politique de soutien aux exportations hors hydrocarbures dans la wilaya de Béjaia

**Tableau N°23** : Le mode d'exportation choisi par les entreprises exportatrices enquêtées

<b>Mode d'exportation</b>	<b>Nombre d'entreprise</b>	<b>Part en %</b>
Exportation directe	10	90 ,9%
Exportation indirecte	02	18 ,18%
Implantation commerciale	01	9,09 %

Source : Résultats de l'enquête du terrain

D'après ce tableau nous pouvons dire que la majorité des entreprises interrogées soit 91 % ont choisi le mode « Exportation directe » afin de rapprocher le marché étranger, 18 ,18% des entreprises ont choisi le mode « Exportation indirecte » et seulement 9 ,09% des entreprises ont choisi une implantation commerciale.

### 3.3.2. Les principaux facteurs favorables au développement des exportations perçus par les exportateurs interrogés

Cette question a été posée dans le but de savoir si les entreprises exportatrices étant conscientes des facteurs qui peuvent les aider à réussir à l'international dans leur domaine d'activité.

**Tableau N°24** : Impressions des entreprises exportatrices sur les facteurs de réussite à l'international

	<b>Nombre d'entreprises</b>	<b>Part en%</b>
Le prix	<b>06</b>	<b>54 ,54%</b>
Les outils commerciaux adaptés	<b>03</b>	<b>27 ,27%</b>
La notoriété de l'entreprise	<b>04</b>	<b>36 ,36%</b>
Le savoir-faire	<b>06</b>	<b>54,54%</b>
L'existence d'une structure dédiée à l'export	<b>03</b>	<b>27 ,27%</b>
Un site internet	<b>03</b>	<b>27 ,27%</b>
Avoir déjà réussi en Algérie	<b>03</b>	<b>36 ,36%</b>
Les services liés aux produits	<b>02</b>	<b>18 ,18%</b>
La qualité du produit	<b>10</b>	<b>90,9%</b>

Source : Résultats de l'enquête du terrain

La majorité des entreprises exportatrices interrogées soit 91% estiment que l'offre de produits de bonne qualité constitue le facteur essentiel de leur réussite. A l'international.

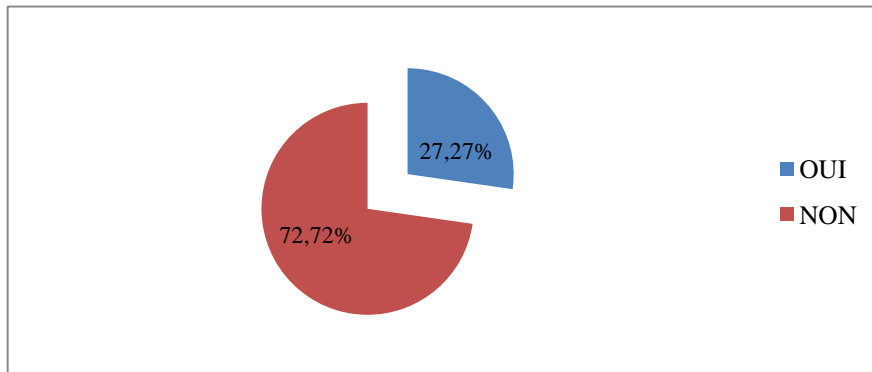


## Chapitre IV : Analyse de la politique de soutien aux exportations hors hydrocarbures dans la wilaya de Béjaia

Une proportion de 55% estime qu'un prix compétitif à l'export est essentiel au même titre que le savoir-faire. Par contre 27% des entreprises, estiment qu'avoir une structure dédiée à l'export, un site internet et des outils commerciaux adaptés constituent des stratégies et des moyens qui peuvent être à l'origine de succès de leurs entreprises à l'international.

### 3.3.3. L'existence d'une structure export au sein de l'entreprise

**Graphique N°05 :** L'existence d'une structure export aux seins des entreprises exportatrices interrogées

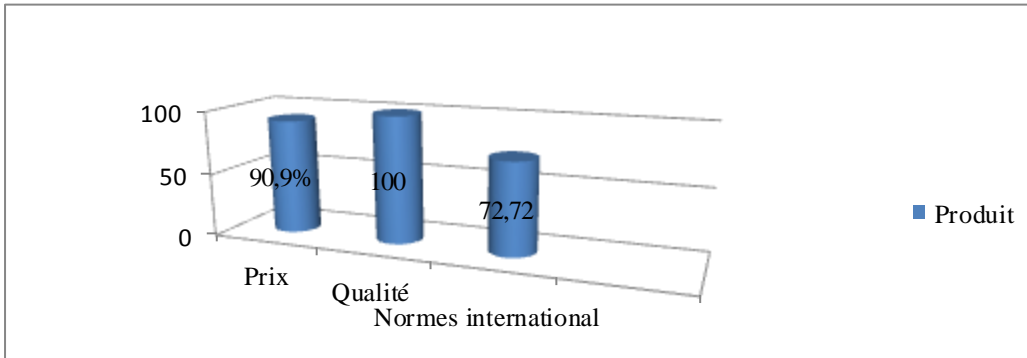


Source : Etabli à base des données de l'enquête.

D'après ce graphe nous constatons que 72% des entreprises interrogées ne disposent pas d'une structure export, puisque leurs activité d'exportations n'est pas permanente cela peut être expliqué par des considérations liées aux capacités financières de l'entreprise et le souci de réduction des changes. Le reste des entreprises soit 27% disposent d'une structure export et cela pour leur permettre une meilleur organisation de leurs activités d'exportation et renforcer leurs relations avec des partenaires étrangers.

**3.3.4. L'adaptation des produits à la demande étrangère**

**Graphique N°06 : Adaptation des produits exportés à la demande étrangère**

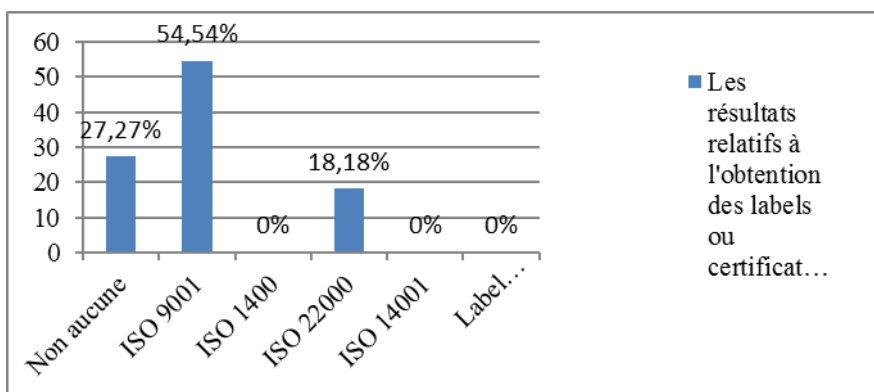


Source : Etabli à base des données de l'enquête

Toutes les entreprises exportatrices ont déclaré avoir adapté leurs produits en terme de qualité à la demande étrangère. 91% d'entre elles adaptent leur produits en terme de prix et 73% en terme de norme internationales (ISO) à la demande étrangère.

**3.3.5. Les labels ou certification obtenus pour les produits des entreprises exportatrices**

**Graphique N°07 : L'obtention d'un label ou certification valorisant les produits des entreprises exportatrices**

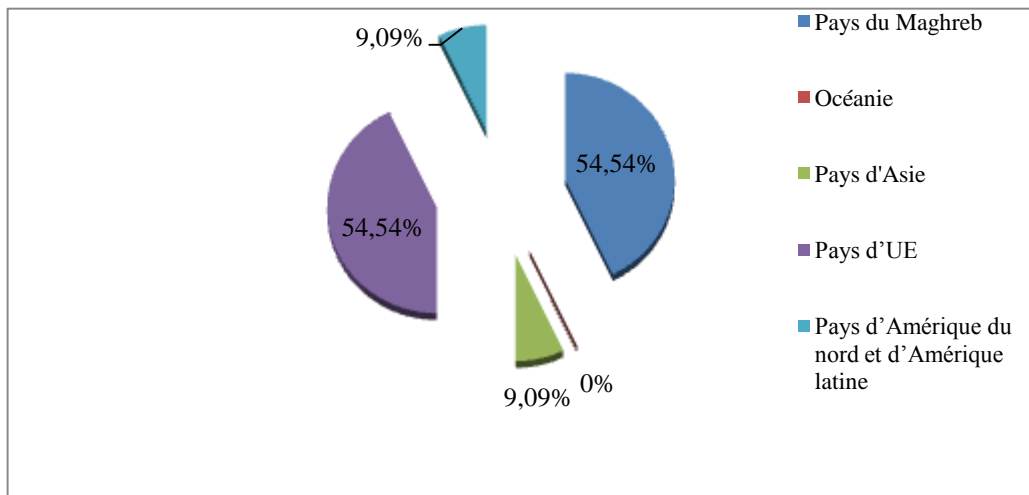


Source : Etabli à base des données de l'enquête.

Parmi les entreprises exportatrices interrogées, 72% d'entre elles procèdent à la certification de leurs produits, dont 55% ont obtenu la certification ISO 9001, et 18% la certification ISO 22000.

### 3.3.6. Les entreprises exportatrices et le choix de la destination principale à l'export

Graphique N°08 : Les entreprises exportatrices et le choix de la destination principale à l'export



Source : Etabli à base des données de l'enquête.

Nous pouvons constater d'après les données de ce graphe qu'il existe plusieurs destinations des exportations des entreprises interrogées. 54,54% de ces dernières exportent vers les pays de l'Union Européenne et les pays du Maghreb, cela s'explique par le rapprochement culturel et géographique avec les deux destinations. Il y a peu d'entreprises qui exportent vers les pays d'Asie et les pays d'Amériques du nord et d'Amérique latine soit 9,09% des entreprises exportatrices. Pour l'océan aucune exportation n'est faite auprès de ce continent.

## 3.4. L'évolution du processus d'exportation dans l'entreprise

### 3.4.1. La part des recettes d'exportations dans les recettes totale de l'entreprise

L'évolution du chiffre d'affaires à l'export des entreprises répondantes reste difficile à repérer puisque la majeure partie des exportateurs n'a pas souhaité nous communiquer leur chiffre d'affaires pour raison de confidentialité. Néanmoins, depuis leur première exportation, 45,45% des entreprises répondantes ont vu leur part de CA à l'export progresser due à l'augmentation de la demande des marchés cibles.

### **3.5. L'entreprise et les obstacles à l'exportation**

#### **3.5.1 Les facteurs qui peuvent faire obstacle à la démarche exportatrice des entreprises enquêtées**

**Tableau N°25: Les obstacles faisant barrière à l'exportation**

	Nombre d'entreprises	Part en %
Les lourdeurs administratives	08	72,72 %
Les difficultés d'accéder au financement	01	9,09%
Le manque d'informations sur les marchés étrangers	05	45,45%
Les coûts de transports et d'assurance	03	27,27%
Les obstacles liés à l'obtention d'aide et d'incitation des organismes publics de soutien aux exportations hors hydrocarbures	03	27.27%
Autre (la concurrence étrangère)	01	9,09

Source : Tableau établi à base des données de l'enquête.

D'après ce tableau on constate que 72,72 % des entreprises interrogées se plaignent des lourdeurs administratives à l'exportation, ce qui a conduit à des conséquences néfastes en termes de délais et de coût de transactions. 45,45% des entreprises enquêtées jugent qu'elles ne sont pas assez informées sur le marché étranger, 27,27 % des entreprises exportatrices ont souligné le manque d'aide et de soutien à l'export de la part des pouvoirs publics et se plaignent des coûts élevés du transport et d'assurance. Seulement 9 % des entreprises exportatrices ont trouvé des difficultés d'accéder au financement et jugent qu'il y a absence de crédit à l'export, donc on peut dire que les banques ne jouent pas un rôle d'appui. Aussi 9 % des entreprises se plaignent de la concurrence étrangère.

#### **3.5.2. Les risques auxquels sont exposées les entreprises exportatrices**

Les exportations sont des opérations risquées, le tableau suivant nous résume les risques auxquels sont confrontées les entreprises exportatrices.

## Chapitre IV : Analyse de la politique de soutien aux exportations hors hydrocarbures dans la wilaya de Béjaia

Tableau N°26 : Les risques liés à l'exportation courus par les entreprises

Risque à l'export	Nombre d'entreprises	Part en %
Risque commercial	5	45,45%
Risque pays	3	27,27%
Risque de change	9	81,81%

Source : Tableau établi à base des données de l'enquête.

D'après les résultats de l'enquête, 82 % des entreprises interrogées sont exposées au risque de change suite aux fluctuations du taux de change. Le deuxième type de risque lié à l'exportation mentionné par les entreprises enquêtées est le risque commercial à raison de 45,45%. Ce risque se manifeste lorsque les acheteurs étrangers ne s'acquittent pas de leurs engagements, donc les entreprises exportatrices subissent le risque de défaillance de leurs clients. Parmi les entreprises interrogées, 27% sont exposés aux risques pays qui naissent des situations politiques et économiques défavorables des pays cibles.

### 3.6. Les politiques de soutien de l'Etat en faveur des exportations hors hydrocarbures

Le développement des exportations hors hydrocarbures constitue une préoccupation majeure des pouvoirs publics. Pour cela l'Etat Algérien met en œuvre un ensemble de dispositifs d'aides aux exportations hors hydrocarbures.

#### 3.6.1. Les organismes dédiés aux services des entreprises exportatrices

Le tableau suivant nous retrace à quel degré les entreprises exportatrices connaissent les organismes dédiés au service à leur faveur.

## Chapitre IV : Analyse de la politique de soutien aux exportations hors hydrocarbures dans la wilaya de Béjaia

**Tableau N°27:** Les organismes de l'Etat les plus connus pour la promotion des exportations hors hydrocarbure par les entreprises interrogées

	Nombre d'entreprise	Part en %
(Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur	10	90 ,9%
FSPE (Fonds Spécial pour les Exportations)	07	63 ,63%
SAFEX (Société Algérienne pour les Foires et les Expositions)	10	90 ,9%
CAGEX (Compagnie Algérienne de Garantie des Exportations)	10	90 ,09%
COFACE -Algérie (Service de la Compagnie Française d'Assurance pour le Commerce Extérieur)	04	36,36%
CACI (Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie)	07	63 ,63%
ANXEL (Association Nationale des Exportateurs Algériens)	03	27,27%
PROMEX (l'Office Algérien de Promotion du Commerce Extérieur)	01	9 ,09%
Autres (de consortiums)	01	9 ,09%

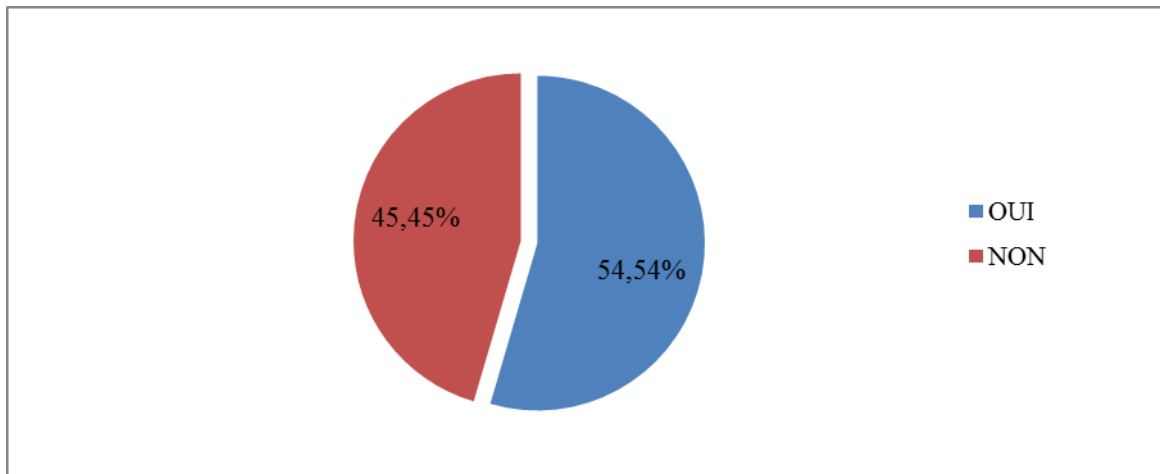
Source : Tableau établi à base des données de l'enquête

Cette question a pour objectif de savoir si les entreprises interrogées connaissent les différents organismes d'appui cités dans le tableau ci-dessus, et d'après ce dernier nous pouvons dire que la majorité de ces entreprises soit, 90,9 % ont répondu qu'ils connaissent l'ALGEX, SAFEX et la CAGEX. 63,63 % des entreprises interrogées sont au courant de l'existence de quelques organismes tels que la CACI et le FSPE. Ainsi la COFACE – Algérie est connue par 36,36% des entreprises enquêtées, et peu d'entreprises connaissent l'ANXEL soit 27,27%. Et très peu d'entreprises sont au courant de l'existence des deux organismes d'appuis à l'exportation qui sont PROMEX et le Consortium soit 9 ,09%.

### **3.6.2. Les entreprises bénéficiaires des politiques de soutien à l'export mises en œuvre par le gouvernement**

Parmi les questions posées on s'est interrogé sur les entreprises bénéficiaires du soutien mises en œuvre par le gouvernement. Nous avons constaté que 54,54% des entreprises interrogées ont bénéficiées des aides en provenance des pouvoirs publics 45 ,45%, alors que les 45,45% des entreprises interrogées, déclarent n'avoir bénéficié d'aucune aide en provenance des acteurs publics de promotion des exportations.

**Graphique N°09 : Obtention d'aides de la part des pouvoirs publics**



Source : Graphique établi à base des données de l'enquête

### **3.6.3. Nature des aides perçues par les entreprises exportatrices**

On s'est interrogés sur la nature des aides fournies par les pouvoirs publics en faveur des entreprises exportatrices. Il s'est révélé que la majorité des entreprises soit, 80% d'entre-elles ont bénéficié des aides sous forme des participations à des salons auprès de SAFEX. Mais d'après les exportateurs, les différentes missions énumérées précédemment ne sont pas rempli par cette dernière, ils lui reprochent ses coûts élevés et son service médiocre, ils y ont recours juste parce que c'est un passage obligé. Soit 33,33 % des entreprises qui ont obtenu des aides, ont déclarés avoir bénéficiés des informations juridiques. 16,67% de ces entreprises ont obtenu des aides financières en provenance de FSPE, mais d'après ces entreprises cet organisme est caractérisé par la lenteur dans le traitement des dossiers (plusieurs mois). Aussi peu d'entreprises soit 16,67 % ont obtenus des aides sur la recherche des partenaires, ces derniers vont leur permettre de surmonter les difficultés de pénétration des marchés étrangers. Aucune entreprise n'a obtenu des aides concernant l'information sur les marchés étrangers ou d'ordre fiscal.

De ce fait, nous pouvons dire qu'après l'analyse des données ci-dessus que ces entreprises ont reçu peu d'aides de ces organismes d'appuis à l'exportation

## Chapitre IV : Analyse de la politique de soutien aux exportations hors hydrocarbures dans la wilaya de Béjaia

**Tableau N°28: Natures des aides publiques perçues par les entreprises exportatrices**

	Nombre d'entreprise	Part en %
Aide financière	1	16,67%
Informations juridiques	2	33,33
Recherche de partenaires	1	16,67%
Participation à des salons	4	66,67
Informations sur les marchés étrangers	0	0%
Informations sur la fiscalité	0	0%

Source : Tableau établi à base des données de l'enquête

### **3.6.4. Les entreprises exportatrices et le recours aux compagnies d'assurance couvrant les risques liés aux exportations**

Nous avons interrogé les entreprises si elles sont au courant de l'existence de compagnies d'assurance couvrant les risques liés à l'exportation, 90% de ces entreprises déclarent connaître ces compagnies d'assurance et 10% ignorent l'existence de telles compagnies.

Puis, nous nous sommes intéressés au recours des entreprises exportatrices à ces différentes sociétés d'assurance.

La majorité des entreprises qui ont bénéficiées de la même couverture des risques liées à l'exportation ont fait recours à la CAGEX soit 81,81%, et seulement 9,9% de ces entreprises ont couvert leurs opérations d'exportation auprès de la Coface-Algérie. 10% des entreprises n'ont fait recours à aucune couverture contre les risques liés à leurs exportations.

Même si on reproche à cette dernière de ne pas assurer tous les risques tels que, le risque de change qui est le plus confronté par ces entreprises.



## Chapitre IV : Analyse de la politique de soutien aux exportations hors hydrocarbures dans la wilaya de Béjaia

### 3.6.5. Le degré d'appréciation des entreprises exportatrices des politiques d'accompagnement et de soutien mises en place par le gouvernement

Le but de cette question est de savoir comment les entreprises exportatrices jugent les politiques de soutien de l'Etat aux exportations hors hydrocarbures. D'après l'analyse des données mises à notre disposition, nous avons pu constater que la majorité de ces entreprises soit 63,63% jugent que le soutien de l'Etat est sans influence à leurs démarches d'exportation et ne répond pas à leurs attentes et ne correspond pas à leurs profils.

Environ 18% des entreprises interrogées, déclarent que les aides publiques ont une influence positive sur leurs activités d'exportation.

**Tableau N°29: Degré d'appréciation des entreprises interrogées des politiques et organismes d'appui mis en place par le gouvernement**

	Fréquence
Très contraignants	0%
Contraignants	18,18%
Sans influence	63,63%
Encourageantes	18,18
Très encourageants	0%

Source : Tableau établi à base des données de l'enquête

De ce fait, nous pouvons dire que les politiques d'accompagnement et de soutien ne sont pas adaptées aux attentes et aspirations des entreprises exportatrices.

### 3.7. Les recommandations

L'adaptation du programme de promotion actuel aux attentes des exportateurs nécessite une ambition renouvelée de la part de l'Etat qui, en s'installant dans son nouveau rôle d'éclaireur et de baliseur de chemin dégage de nouvelles lignes d'horizon et améliore la visibilité de l'ensemble. À ce titre, il mènera avec plus d'insistance la chasse aux obstacles et débusquera les incohérences en faisant sauter les verrous qui freinent l'expansion des entreprises.

Une sérieuse restructuration doit en fait être subie par notre programme de promotion actuelle et quelques mesures ont été recensées pour promouvoir la production nationale, la relance du tissu industriel qui sont de nature à permettre le développement des exportations

## **Chapitre IV : Analyse de la politique de soutien aux exportations hors hydrocarbures dans la wilaya de Béjaïa**

---

hors hydrocarbures au-delà de la satisfaction du marché local , ainsi que la lutte contre la concurrence déloyale, développer les exportations et encourager la consommation nationale.

Certaines de ces recommandations constituent des résultats des travaux de la 15<sup>ème</sup> réunion de la tripartite, ainsi les résultats la conférence nationale sur le commerce extérieur entre 30 et 31mai 2015. Ces recommandations comprennent des :

### **3.7.1. Actions d'ordre stratégique**

Ces actions concernent les ordres stratégiques que le gouvernement algérien doit prendre pour la promotion des exportations hors hydrocarbures :

- Elaborer une stratégie nationale de promotion et de développement des exportations hors hydrocarbure ;
- Installer le conseil national consultatif pour la promotion des exportions dans la perspective d'inscrire la question des exportations hors hydrocarbures dans le cadre des préoccupations gouvernementales ;
- Elaborer et mettre en œuvre une politique sectorielle visant entre autres à promouvoir les exportations hors hydrocarbures ;
- Redéployer ALGEX en mettant en place des représentations régionales aux niveaux national et des bureaux de représentations et d'expansions commerciales à l'étranger ;
- Renforcer ces représentations commerciales dans les pays étrangers ciblés par la mise en place des services commerciaux spécialisés au sein de certaines ambassades chargés principalement de l'information, la prospections, la facilitation spécialiser au sein de certaine ambassades , chargés principalement de l'information , de la prospection , la facilitation des contacts avec les clients potentiels et l'organisation, de rencontres d'affaires , en collaboration avec ALGEX et la CACI ;
- Mettre en place un « Guichet Unique » au niveau des principaux ports pour faciliter les transactions à l'international ;
- Aménagement d'espaces dédiés à l'exportation dans les ports et aéroports ;
- Mettre en place un conseil national des chargeurs ;
- Elargir le bénéfice des exonérations fiscales aux prestations de services à l'export (fret, entreposage, manutention, assurance) ;
- Elargir l'intervention FSPE de façon à prendre en charge l'ensemble des rubriques prévues par la réglementation en vigueur.

### **3.7.2. Actions et mesures pratiques et opérationnelles**

Ces actions concernent les services bancaires et assurance-crédit à l'exportation et les mesures incitatives aux exportations hors hydrocarbures (mesures douanières, fiscales, de transport et de la logistique) :

#### **3.7.2.1. Actions en faveur des Services bancaires et de l'assurance-crédit à l'exportation**

Ces actions comprennent le côté financier comme un moyen de la promotion des exportations hors hydrocarbures :

- Privilégier la mise en place des lignes de crédits inter-gouvernementales pour le placement des produits algériens et informations des opérateurs économiques de l'existence de ces lignes de crédit ;
- Faire bénéficier les exportateurs de moyens et outils financiers leur permettant de mener à bien leurs missions dans le pays de l'exportation ou de l'exposition ;
- Implications des banques dans le financement des exportations sous la forme de crédits acheteur<sup>1</sup>. Cette forme de financement encourage les acheteurs étrangers à consommer les produits algériens ;
- Faciliter le transfert des devises nécessaires pour la prise en charge des frais de séjours des employés expatriés lors des travaux ou prestations à l'étranger dans le cadre de l'export ;
- Prise en charge des frais des prestations à l'étranger (représentants, distributeur, etc.) intervenant dans les opérations d'exportation de produits algériens ;
- Mise en place de brigades de douanes spécialisées à l'exportation et traitement prioritaire pour les produits périssables destinés à l'exportation ;
- Mise en place de procédures douanière adaptées aux normes et exigences requises adaptées aux norme et exigences requises en matière d'exportations notamment, en ce qui concerne la vente en consignations ;
- Applications du régime « Draw back »<sup>2</sup> qui est une disposition universelle et un dispositif douanier important en faveur de l'exportation.

---

<sup>1</sup> Dans le commerce international « le crédit acheteur » constitue un avantage comparatif de 1<sup>er</sup> ordre.

<sup>2</sup> Le régime du « draw back » permet, lors de l'exportation de marchandises, d'obtenir le remboursement total ou partiel des droits et taxes à l'importation qui ont frappé soit ces marchandises, soit les produits contenus dans les marchandises exportées ou consommées au cours de leur production

## **Chapitre IV : Analyse de la politique de soutien aux exportations hors hydrocarbures dans la wilaya de Béjaia**

---

### **3.7.2.2. Actions en faveur des mesures douanières, fiscales, de transport et de la logistique**

Parmi les recommandations de cette réunion visant à améliorer et développer les mesures incitatives aux exportations hors hydrocarbure (mesures douanières, fiscales, de transport et de la logistique) :

- Exportations des produits de l'artisanat et accorder des avantages aux personnes physiques exerçant l'activité d'export ;
- Améliorer la qualité des services offerts en matière de fret par les pavillons nationaux (Air Algérie, CNAN, etc.) avec adoption des mesures d'encouragement de l'investissement dans le transport maritime du secteur privé national ;
- Développement et amélioration des infrastructures portuaires et aéroportuaires et mise en place de mesures simplifiées et efficaces pour les accès aux ports et aéroports ;
- Développement d'aires de stockage et d'emmagasiner suffisantes, appropriées et sécurisées ;
- Développement d'aires de la chaîne de froid pour les produits périssables nécessitant des conditions d'entreposage et de stockage sous froid spécifique (entrepôts frigorifiques, conteneurs frigorifiques, camions frigorifiques) ;
- Mises à niveau des entreprises pour adapter leur fonctionnement aux exigences du commerce international en profitant des meilleures expériences enregistrées au niveau de certains pays émergents ;
- Vulgariser davantage le programme de formation aux matières de l'export.

### **3.7.3. Actions aux niveaux des entreprises**

Ces actions concernent l'entreprise en tant qu'acteur économique et son rôle important qu'elle joue dans le développement et la croissance économique :

- Traitement des entreprises exportatrices ou à fort potentiel d'export en difficulté financière ;
- Permettre aux exportateurs réalisant au minimum 50% de leur chiffre d'affaires à l'export d'importer les équipements d'occasion nécessaires au fonctionnement de leur entreprises et en plus particulièrement pour la maintenance, la recherche et développement en laboratoires, les unités pilotes pour les essais ;

## **Chapitre IV : Analyse de la politique de soutien aux exportations hors hydrocarbures dans la wilaya de Béjaia**

---

- Harmoniser les taux de subventions accordés au transport des produits pour ce qui est de tous les produits ;
- Prévoir dans le dispositifs la prise en charge partielle des visiteurs professionnels étrangers qui viennent pour prospecter le produit algérien lors des manifestations tenues en Algérie en vue de promouvoir le produit algérien.

### **3.7.4. Autres actes de mesures incitatives à l'export**

- La prise en charge par le Ministère de l'Agriculture et du Développement Rural (MADR) des frais relatifs aux études de marché, à la labellisation géographiques des produits agricoles destinés à l'export.
- La prise en charge par le MADR d'une partie des frais du transport des produits agricoles de la zone de culture saharienne
- Développer des systèmes de stockage sous froid, pour promouvoir l'exportation du surplus de la production agricole.
- Promouvoir à l'international le label « TEDJ » des produits, délivré par l'IANOR<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>L'IANOR est l'organisme national de normalisation. Il est chargé notamment de veiller à l'élaboration des normes nationales en coordination avec les autres secteurs

## **Chapitre IV : Analyse de la politique de soutien aux exportations hors hydrocarbures dans la wilaya de Béjaia**

---

### **Conclusion du chapitre**

Notre enquête auprès d'un échantillon d'entreprises dans la wilaya de Béjaia a révélé que la culture entrepreneuriale algérienne ne conduit pas ces entreprises à se tourner spontanément vers l'export. Le faible engagement de ces entreprises sur les marchés étrangers est dû à une multitude d'obstacles qui nuisent à leur développement international.

Il est tout de même remarquable que les institutions chargées d'accompagner ces entreprises se heurtent elles-mêmes à de nombreuses contraintes, qui limitent leur implication dans la promotion des exportations hors hydrocarbures. Les opinions des opérateurs que nous avons pu recueillir, ont montré le faible caractère incitatif du dispositif d'appui à l'export, et souligné la nécessité du renforcement d'une panoplie de programmes capables de les accompagner lors de toutes les étapes de réflexion et action internationale.



### Conclusion générale

La situation économique de l'Algérie reste inquiétante, caractérisée par une forte vulnérabilité due principalement à sa concentration sur une seule source de richesse. De ce fait, l'émergence d'entreprises performantes capables d'affronter la concurrence aussi bien sur leur marché national que sur les marchés étrangers est impératif. En effet, ce sont ces dernières qui créent, qui innovent et qui vendent sur les marchés internationaux. Elles sont donc les seules, si elles sont bien appuyées qui pourront sortir le pays de sa dépendance à l'égard de l'énergie fossile.

Cependant, la situation actuelle fait ressortir que les entreprises exportatrices algériennes sont fortement menacées par leurs concurrents étrangers qui servent le marché algérien par des produits plus compétitifs. En plus, de nombreuses contraintes perdurent quant au développement de leur activité d'exportation.

Les mesures préconisées et mises en œuvre n'ont pas encore réussi à mettre notre économie sur orbite de croissance continue, stable et intentionnellement compétitive et reste par conséquent une économie vulnérable aux chocs extérieurs.

Nous avons tout au long de ce travail tenté d'analyser la politique publique de soutien aux exportations hors hydrocarbures établie par le gouvernement algérien et ayant affiché pour objectif: réussir à diversifier les secteurs à l'exportation. En effet, des signes de bonne volonté en la matière semblent surtout apparaître lors des différentes assises nationales ayant pour préoccupation majeure la promotion des exportations et le soutien aux entreprises exportatrices.

Les résultats de notre enquête au sein des entreprises de la wilaya de Béjaïa font apparaître qu'après des années de mise en place d'un système de promotion aux exportations hors hydrocarbures, les entreprises rencontrent toujours les mêmes difficultés. Cela montre l'incapacité des pouvoirs publics à instaurer les réformes nécessaires, aussi il apparaît tout de même, que les contraintes qui freinent l'essor des exportations hors hydrocarbures en Algérie sont liées d'abord aux entreprises elles même, du fait que ces dernières ne sont pas assez expérimentées à l'international, et même si la volonté y est, elles n'abordent pas l'exportation de façon offensive et ne mènent pas des politiques de prospection et des études de marché qui auraient pu leur permettre de déceler les marchés potentiels. L'adaptation des produits et la mise aux normes et standards internationaux font également défaut à nos entreprises.



## Conclusion générale

---

D'après notre enquête nous avons pu confirmer nos hypothèses, nous pouvons dire que les entreprises exportatrices se servent peu des aides initialement mises à leur disposition. En effet, les résultats auxquels nous sommes parvenus montrent que la grande majorité des exportateurs ne connaissent pas les programmes de support ou qu'ils ne s'en sont pas servis.

Plusieurs d'entre eux ont affirmé que le dispositif public est l'objet de bureaucratie et de complexité des procédures, il est donc loin d'être complètement opérationnel.

## **1. Les ouvrages**

- ABDELMALKI Lahsen et SANDERETTO René, Politiques commerciales des grandes puissances ,1<sup>ère</sup> édition, Ed. de Boeck, Bruxelles, 2011.
- BECUWE Stephane, Commerce international et politiques commerciales, Ed. Armand Colin, France, 2006.
- BEN HAMMOUDA Hakim and al, L'intégration régionale en Afrique central : bilan et perspectives, Ed. Kartala, Paris, 2003.
- BENISSAD Hocine, Algérie, restructurations et réformes économiques (1979 – 1993), Ed. OPU, Algérie, 1995.
- BLANCHETON Bertrand, Maxi fiches de science économique, Ed. Dunod, Paris, 2009.
- BOUVERET Riva et MERVERT Suissa, PME : conquérir des parts de marché à l'international, Ed. Dunod. Paris, 2010.
- HUGON Phillip, Les économies en développement à l'heure de la régionalisation, Ed. Karthala, Paris, 2003
- KRUGMAN Paul and al, Économie internationale ,7<sup>ème</sup> édition, Ed. Pearson Education, Paris, 2006.
- KRUGMAN Paul et OBSTFELD Maurice, Economie internationale, 4<sup>ème</sup> Ed. De Boeck, France, 2003.
- KRUGMMAN Paul et OBSTFELD Maurice, Economie international, 8<sup>ème</sup> édition, Ed. Person Education, France, 2009.
- M'HAMSADJI- BOUZIDI Nachida, Le monopole de l'Etat sur le commerce extérieur (1974 - 1984), Ed. OPU, Alger, 1988.
- MUCCHIELLI Jean - Louis, Principe d'économie international, Ed. Economica, Paris, 1989.
- MUCCHIELLI Jean-Louis et MAYER Thierry, Economie internationale, Ed. Dalloz, Paris, 2005.

- RAINELLI Michel, La nouvelle théorie du commerce international, 3<sup>ème</sup> édition, Ed. La Découverte, Paris, 2003.
- SAMUELESON Alain, Les grands courants de la pensée économique, 2<sup>ème</sup> édition, Ed. OPU, Paris, 1991.
- SANDRETTO René, Le commerce international, 4<sup>ème</sup> édition, Ed. Armand Colin, Paris, 1989.
- SILEM Ahmed et ALBERTINE Jean Marie, Lexique d'économie, Ed. Dalloz, Paris, 1994.
- SMITH Adam, Recherche sur la nature et les causes de la richesse des nations, Ed. Gallimard, France, 1976.

## **2. Les revues**

- BENINI Mohamed, Expert en commerce et Ex Directeur Général d'ALGEX, « les plus grandes difficultés pour l'exportateur sont sur la chaîne logistique », Revue actualité économique en Méditerranée, Econostrum.info, 09 Juin 2009.
- BOUSSETTA Mohamed, Intégration régionale Sud-Sud, libéralisation commerciale et Zone de Libre-échange, Quadripartite : fondements et enjeux, Revue CNRS, 2008.
- GEOGES Mutin, « Le commerce extérieur de l'Algérie en 1964 », Revue de géographie de Lyon, n°4, 1964.
- HUGON Phillipe, « Analyse comparative des processus d'intégration économique régionale », Revue le Cered/ FORUM et le Cernea, 2001.
- JOST Samy, « La théorie des coûts de transaction de Williamson et la surveillance des banques dans l'Union Européenne », Revue Europa, n°27, 2004.
- LEON Alain « l'intégration Est – Africaine : vers une intégration régionale des espaces », Revue IFRA, les cahiers de l'Afrique de l'Est, janvier – mars 2014.
- NDAYIZIGA Jérémie, L'économie burundaise dans l'intégration régionale du Burundi : Le cas de la Communauté Est Africaine, Papier de recherche présenté lors de l'atelier national d'échange portant sur le thème « Les paysans burundais face à la libéralisation et intégration régionale : défis et alternative », Revue Atelier national d'échange, Bujumbura, 13 juin 2008.

- ROUGET Frédéric - Daniel, « Protectionnisme et libre échange » Revue Politique Mensuelle du PCF, France, 2009.
- SANDRETTO René, « A l'heure de la mondialisation, libre échange versus protectionnisme », Revue CNRS, n° 317, France, 2003.

### **3. Mémoires et thèses**

- AIANE Hakim, La question des zones de libre-échange : étude de cas de l'accord d'association Algérie- Union Européenne, Thèse de Magister en Sciences Economiques, Option Monnaie, Finance et Globalisation, 2007-2008, Université de Béjaia.
- ALLALI Brahim, Vision des dirigeants et internationalisation des PME marocaines et canadiennes du secteur agro- alimentaire, Thèse de Doctorat en Administration, Université HEC Montréal, 2003.
- ARROUCHE Nacera, Essai d'analyse de la politique de soutien aux exportations hors hydrocarbures en Algérie : contraintes et résultats, Mémoire de magister en Sciences Economiques, Université de Tizi Ouzou, 2014
- BOUCHATAL Sabiha, Le commerce international : Paiement, financement et risques y afférents, Mémoire de magistère en études bancaires, Ecole supérieure de banques, Algérie, décembre 2003.
- GUIIHOT Laetitia, L'Intégration Economique Régionale de l'ASEAN+3 La crise de 1997 à l'origine d'un régime régional, Thèse de Doctorat en Sciences Economiques, Université de Grenoble, 2008.
- HASSAINE Keltouma, Accords d'association Algérie Union Européenne : Quelles perspectives pour l'économie algérienne ?, Mémoire de Magister en Sciences Economiques, Université d'Oran, 2011.
- KHAFALLAH Saddek, L'impact des sur la croissance économique dans les pays, Maroc- Algérie -Tunisie, entre la période 1990-2009, Mémoire de Magistère en Sciences Economiques, Université de Tlemcen, 2010.
- MIMOUNE Lynda, Commerce extérieur et développement : quelle spécialisation pour l'Algérie dans le cadre de la mondialisation ?, Mémoire de magister en Sciences de gestion, Université de Béjaia, juin 2003.

- ZOURDANI Safia, Le financement des opérations du commerce extérieur : cas de BNA, Mémoire de magister en Sciences Economiques, Université de Tizi Ouzou, 2012.
- REDOUANE Abdellah, Développement des PME et promotion des exportations : quelles perspectives pour l'Algérie ? Une étude de cas de la wilaya de Béjaia, Mémoire de Magistère en Sciences Economiques, Université de Béjaia, 2009.

#### **4. Papiers de recherche**

- ABBAS Mehdi, L'accession de l'Algérie à l'OMC, entre ouverture contrainte et ouverture maîtrisée, Document de travail à l'université de Grenoble, 2009
- BARBET Philippe and al, « Enjeux et impact de l'adhésion de l'Algérie à l'OMC », Document de recherche du CEPN, Université Paris nord, 2009.
- BEZTOUH Djaber « Les exportations hors hydrocarbures en Algérie : quelles contraintes et quelles stratégies pour leur développement ? », Communication présentée lors des journées organisées par le département des Sciences Commerciales en collaboration avec la chambre de commerce et d'industrie de la Soummam de Béjaia (CCISB) intitulée : Rôle de l'Etat dans la promotion et l'accompagnement des PME exportatrices en Algérie, les 24 et 25 juin 2013.
- DECALUWE Bernard and al, « Etude sur le système d'incitation et de protection effective de la production en Algérie», Rapport Développement Économique International (DEI) ,16 octobre 2001.
- DJMAI Sabrina, Les PME exportatrices : Croissance Economique hors hydrocarbures, Communication présentée l'ors du colloque international sur le thème : Evaluation des effets des programmes d'investissements publics 2001-2014 et leurs retombées sur l'emploi, l'investissement, la croissance économique, Université de Sétif, les 11et 12 mars 2013.
- LEFGOUM Samia, Les exportations hors hydrocarbures en Algérie : quelles contraintes et quelles stratégies pour leur développement ? , Communication présentée lors des journées d'études organisées par l'université de Béjaia en collaboration avec la Chambre de Commerce et d'Industrie de la Soummam de Béjaia (CCISB) portant sur le thème « Les entreprises algériennes face au développement des exportations hors hydrocarbures : entre défis et contraintes», les 23 et 24 juin 2013.

## **5. Rapports d'organisations officiels**

- ALGEX : Agence Nationale de la promotion du commerce extérieur « Cadre incitatif à l'export », 2007.
- DECALUWE Bernard and al, « Etude sur le système d'incitation et de protection effective de la production en Algérie», Rapport Développement Économique International (DEI) ,16 octobre 2001.
- ECOtechnics, « Diagnostic sur les exportations hors hydrocarbures », Etude réalisée par ECOtechnics pour ANEXAL, financée par NAED (SFI). Rapport final de la première phase février 2004.
- Ministère du commerce, Direction de la promotion des exportations, « recueil relatif aux avantages et facilitations accordés aux exportations, aux exportations hors hydrocarbure, Avril 2007.
- Ministère du commerce, Le commerce en revue, Documents publiés à l'occasion de la Conférence Nationale sur le Commerce Extérieur, Palais des Nations, Alger 30 et 31 mai 2015.

## **6. Textes législatifs et réglementaires**

- Article 138 du code des impôts directs et taxes assimilées modifié par l'Article 06 de Loi de Finances pour 2006.
- Article 209-3 C I D abrogé par l'Art 13 de la Loi de Finance 2006.
- Article 220-3 du code des impôts directs et taxes assimilées.
- Article 23 de la loi 87-17-premier août 1987 relative à la protection phytosanitaire.
- Article 42-2 du code des taxes sur le chiffre d'affaires.
- Article 5 de l'ordonnance 96 – 06 du 10 janvier 1996 relative à l'assurance-crédit à l'exportation.
- Article 50 du code des taxes sur le chiffre d'affaires.

- Article 6 de l'ordonnance 96 – 06 du 10 janvier 1996 relative à l'assurance-crédit à l'exportation.
- Article 7 de l'ordonnance 96 – 06 du 10 janvier 1996 relative à l'assurance-crédit à l'exportation.
- Article 8 de l'ordonnance 96 – 06 du 10 janvier 1996 relative à l'assurance-crédit à l'exportation.
- L'article 11 du règlement de banque d'Algérie n° 91- 13 de 14 Août 1991 relatif à la domiciliation des exportations hors hydrocarbure et l'article 31 du règlement n° 95-07 du 23 Décembre 1995.
- Les articles 174 à 185 du code des douanes et les décisions du Directeur Général des Douanes n° 04 et n°16 du 03 février 1999 précisent les modalités et conditions d'application de l'admission temporaire.
- L'instruction n° 05-2011 modifiant les dispositions de l'article 2 bis de l'instruction n° 22-94 du 12 avril 1994 modifiée et complétée fixant le pourcentage des recettes d'exportation hors hydrocarbures et produits miniers ouvrant droit à l'inscription aux comptes devises des personnes morales.
- Les modalités et conditions d'exercice de l'entrepôt public et privé sont fixées par les décisions du Directeur Général des Douanes n°05 et n°06 du 03 février 1999.

## **7. Sites internet**

- Site de l'OMC sur <http://www.wto.org>.
- Site de ministère du commerce, [www.mincommerce.gov.dz](http://www.mincommerce.gov.dz).
- Site web de l'Agence Nationale pour la Promotion du Commerce Extérieur : [www.algex.dz](http://www.algex.dz).
- Site web de la Chambre Algérienne du Commerce et d'industrie : [www.caci.dz](http://www.caci.dz).
- Site de la Compagnie Algérienne de Garantie des Exportations : [www.cagex.dz](http://www.cagex.dz).
- Site de La Société Algérienne des Foires et Expositions : [www.safex-algerie.com](http://www.safex-algerie.com)
- site web: [www.exportateur-algerie.org](http://www.exportateur-algerie.org)
- Site de Centre Algérien de Contrôle de Qualité et de l'emballage [www.cacqe.org](http://www.cacqe.org)
- Site web : [www.elmouwatine.dz](http://www.elmouwatine.dz)

## Listes des annexes

<b>Le numéro</b>	<b>Intitulé</b>
Annexe n°1	Chronologie des réformes du commerce extérieur algérien « les importations ».
Annexe n°2	Chronologie des réformes du commerce extérieur algérien « les exportations ».
Annexe n°3	Questionnaire destiné aux entreprises.



Tableau 1: Chronologie des réformes du régime du commerce extérieur algérien.  
Ière partie : les importations

1988 Les importations de biens et services sont régies par le programme général d'importation. Seuls les opérateurs agréés peuvent obtenir des devises pour faire face à leurs besoins d'importation. Dans certaines circonstances une autorisation d'importation peut être accordée à des entreprises privées ou publiques afin d'importer des biens non couverts par le programme général d'importation. Le programme général d'importation est restreint aux 41 entreprises publiques agréées.

1989 Les importations financées par des crédits excédant 90 jours doivent obtenir l'autorisation préalable de la Banque d'Algérie. En général toute importation d'un montant inférieur à 2 millions de \$US doit faire l'objet de paiement comptant ou de crédits ayant un terme inférieur à 90 jours.

1990 Une réglementation spéciale s'applique aux importations sans paiement. Les biens d'équipement, les pièces détachées et les effets personnels dont la valeur est inférieure à 10000 DA peuvent être importés librement quelle que soit la source des devises utilisées.

Un nouveau régime d'importation est mis en place par lequel les opérateurs et importateurs agréés sont autorisés à importer sans restrictions une gamme particulière de produits, en contrepartie de devises convertibles. La liste des produits couverts par cette libéralisation inclut les véhicules à moteurs, les équipements agricoles, les appareils électriques ménagers, les produits pharmaceutiques et la majorité des pièces détachées.

1991 Tous les opérateurs économiques, des secteurs public et privé, sont autorisés à importer pour leur propre usage ou pour la revente tous les produits qui ne sont pas prohibés. L'importation de certains produits stratégiques (produits alimentaires, matériaux de construction, médicaments) sont soumis au respect de règles édictées par les autorités.

Tous les paiements au titre des importations doivent se faire par l'intermédiaire d'une domiciliation auprès d'une banque agréée. Le financement extérieur des importations est sujet à contrôles de la part des autorités. Pour les importations qui ne peuvent être financées à l'intérieur de lignes de crédit obtenues par les autorités, les banques agréées doivent tenter d'obtenir des crédits à trois ans pour le financement des biens d'équipement et des crédits à 18 mois d'échéance minimum pour les autres importations. Une réglementation spéciale s'applique aux importations sans paiement.

1992 Une réforme tarifaire est mise en oeuvre en janvier 1992. Les importations sont assujetties à : (1) un droit de douane, (2) une taxe compensatoire parafiscale ad-valorem et une (3) taxe de formalité douanière de 2,4 %. Un droit compensateur antidumping peut également être appliqué. La réforme tarifaire comprend en outre : l'adoption de la nomenclature internationale harmonisée, une réduction du nombre de taux de droit de douane de 18 à 7 (c.à.d. 0,3%, 7%, 15%, 25%, 40%, 60%), une réduction du taux maximal de 120% à 60%), une réduction substantielle du nombre des exemptions.

En août 1992 dans le cadre du Programme de Travail du Gouvernement, un Comité interministériel ad-hoc (CAD) a été chargé du commerce extérieur et est appelé à autoriser toute demande d'importation exprimée par les opérateurs économiques. Toute importation d'une valeur excédent 100.000 \$US et financée par des devises obtenues des autorités doit obtenir une approbation préalable du CAD. La réglementation en vigueur classe les importations en trois catégories: les importations prioritaires, les importations réglementées et les importations prohibées.

1993 Aucun changement.

Tableau 2: Chronologie des réformes du régime du commerce extérieur algérien.

IIe partie : Les exportations

1988 Toutes les opérations d'exportation sont régies dans le cadre du programme général de budget-devises pour les entreprises. Les exportations hors-hydrocarbures peuvent tirer profit de certaines politiques incitatives telles que, par exemple, l'exemption de la taxe sur les profits industriels et commerciaux ainsi qu'un allègement des charges sociales et certaines mesures d'assistance à la promotion des exportations.

Le rapatriement de devises est obligatoire et doit être effectué immédiatement après l'encaissement.

1989 Aucun changement

1990 Un système de rétention des devises au taux de 100 % s'applique pour la plupart des industries et des services. Néanmoins, ce taux est réduit à 50% pour les exportateurs de produits agricoles et de produits de la pêche, de 20 % pour le tourisme et la production de vin et de 10 % pour les services de transport, les services financiers et les assurances. Par ce mécanisme, les entreprises publiques exportatrices peuvent conserver les devises acquises à l'exportation et les utiliser pour financer leurs importations dans le cadre du programme général d'importations. Les devises non utilisées ne peuvent être échangées contre des dinars qu'avec la banque centrale au taux de change officiel.

Le système de rétention de devises ne s'applique pas aux entreprises opérants dans le domaine des hydrocarbures ou dans le secteur minier. La Sonatrach qui exploite le monopole d'État des hydrocarbures doit remettre 100% de ses gains en devises. Pour les autres compagnies qui détiennent des droits miniers des dispositions particulières s'appliquent.

1991 Aucun changement

1992 Les banques commerciales jouissent d'une plus grande liberté dans la gestion des recettes en devises d'exportation. En particulier, elles ne sont plus contraintes de remettre à la Banque d'Algérie les recettes en devises empruntées à l'étranger ou provenant de recettes d'exportations hors hydrocarbures.

1993 Aucun changement.

### **Annexe 3 : Questionnaire destiné aux entreprises**

*Dans le cadre de la préparation d'un mémoire de Master en Finance et Commerce International à l'université de Béjaïa qui s'intitule : Analyse de la politique de soutien aux exportations hors hydrocarbures en Algérie, et qui nécessite la réalisation d'une enquête de terrain auprès d'un échantillon d'entreprises de la wilaya de Béjaïa, votre entreprise a été sélectionnée pour participer à cette enquête. Pour cela nous vous prions de contribuer à la réalisation de cette étude en remplissant le questionnaire suivant.*

*Il est porté à votre connaissance que les réponses à ce questionnaire permettront de tirer des conclusions d'ensemble sans faire référence spécifiquement aux entreprises interrogées sauf si l'information est du domaine public ou que sa diffusion est autorisée. Nous vous remercions d'avance pour le temps que vous allez nous accorder.*

#### **I. Identification de l'entreprise**

1. Raison sociale .....
2. Siège sociale .....
3. Année de création de l'entreprise.
4. Nature juridique de l'entreprise.
  - a.  Privée
  - b.  Publique
  - c.  Mixte
5. Taille de l'entreprise
  - a.  Grande entreprise
  - b.  Petite ou moyenne entreprise (PME)
  - c.  Très petite entreprise (TPE)
6. Nombre d'employés, à temps plein, en incluant le propriétaire-dirigent, travaillant dans l'entreprise
  - a.  0 à 09
  - b.  10 à 49
  - c.  50 à 250
  - d.  Plus de 250
7. Statut juridique
  - a.  SNC
  - b.  SARL
  - c.  SPA
  - d.  EURL
  - e.  Entreprise individuelle
8. Secteur d'activité de l'entreprise.
  - a.  Industrie agroalimentaire
  - b.  Industrie de textile et cuire
  - d.  Matériaux de construction
  - c.  Bois, liège et papier
  - e.  Chimie et plastique
  - f.  Commerce de gros ou de détail
  - g.  Entreprise de services
  - h.  Industrie des ressources naturelles
  - i.  ISMME<sup>1</sup>
  - j.  Autres secteurs, veuillez préciser .....

<sup>1</sup> Industries Sidérurgiques, Métallurgiques, Mécaniques et Electroniques.

## II. L'entreprise et les premiers pas à l'exportation

9. L'exportation est-il un objectif principal pour votre entreprise ?

- a.  Oui                      b.  Non

10. Si oui, pourquoi ?

- a.  Il s'agit d'un moyen de survie  
b.  Il s'agit d'un moyen de développement  
c.  Autres, veuillez préciser .....

11. Si non, pourquoi ?

- a.  La culture de l'entreprise (une tendance plutôt locale)  
b.  Les résultats obtenus sur le marché local jugés par les dirigeants comme satisfaisants  
c.  Estimation positive à long terme  
d.  Manques des ressources (financiers et humaines)

12. Parmi les situations suivantes, laquelle s'applique à votre entreprise

- a.  Votre entreprise exporte des produits ou services  
b.  Votre entreprise a déjà exporté, mais seulement une fois  
c.  Vous avez déjà débuté des démarches d'exportation, mais vous avez abandonné cette idée  
d.  Vous n'avez jamais pensé que vous pourriez exporter  
e.  Votre produit ou service n'est pas exportable

13. Avez-vous déjà participé :

	oui	Non	Si oui, veuillez préciser le lieu de cette manifestation commerciale
A un salon professionnel à l'étranger ?			
A une foire internationale à l'étranger ?			
A un salon professionnel en Algérie ?			
A une foire internationale en Algérie			

**14.** Est-ce que votre entreprise a déjà réalisé une ou plusieurs des activités suivantes au niveau international, c'est-à-dire avec des entreprises n'ayant pas leur siège social en Algérie (cochez toutes les activités qui s'appliquent à votre cas) ?

- a.  Importation
- b.  Etablissement de filial
- c.  Accord de licence de production
- d.  Accord de sous-traitance
- e.  Accord de distribution
- f.  Coentreprise
- g.  Accord de licence technologique
- h.  Accord de recherche et de développement
- i.  Autres, veuillez préciser .....

**15.** Si votre entreprise n'est pas engagée dans l'activité d'exportation, parmi les choix suivants, cochez ceux qui s'appliquent à votre cas.

- a.  Vous n'êtes pas intéressés par l'exportation
- b.  Les produits de l'entreprise ne peuvent pas être exportés
- c.  Le marché local est suffisant pour votre entreprise
- d.  Vous considérez le processus d'exportation trop long et complexe
- e.  Vous trouvez trop risquées les activités d'exportation
- f.  Le manque d'expérience pour lancer l'entreprise sur le marché international
- g.  L'exportation vous fait peur
- h.  Le manque d'aide des autorités publiques
- i.  L'exportation ne cadre pas avec l'objectif de croissance de l'entreprise
- j.  L'entreprise est trop jeune
- k.  Autres, veuillez préciser .....

**16.** Pour chacune des affirmations suivantes, cochez si oui ou non l'affirmation correspond à une réalité de votre entreprise.

<u>Affirmations</u>	<u>Oui</u>	<u>Non</u>
a. L'entreprise procède régulièrement à la recherche de nouveaux clients	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. L'entreprise utilise différents outils publicitaires (journaux, radio, dépliant, etc.) pour rejoindre la clientèle notamment étrangers	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Le marché local de l'entreprise est saturé	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. L'entreprise possède un service à la clientèle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- e. L'entreprise a un service après-vente
- f. L'entreprise possède un système de distribution qui pourrait desservir les marchés étrangers
- g. L'entreprise participe régulièrement à des foires commerciales de production
- h. L'entreprise procède à une évaluation et à l'entretien continu des équipements de production
- i. L'entreprise procède à des activités de recherche et de développement
- j. Les produits ou services peuvent s'adapter aisément aux exigences des clientèles étrangères

17. Si votre entreprise est engagée dans l'exportation, quels sont les principaux produits exportés ?  
 .....

18. En quelle année a eu lieu votre première exportation ?

19. Qu'est ce qui a été à l'origine de cette première exportation ?

- a.  Une sollicitation directe d'un client étranger
- b.  Un contact sur un salon à l'étranger
- c.  Une recommandation d'une entreprise/un partenaire/fournisseur
- h.  Autres, veuillez préciser .....
- d.  Un contact sur un salon en Algérie
- e.  Une démarche de prospection à l'étranger
- f.  Une-mailing

20. Les étapes ci-dessous reprennent pêle-mêle les principales étapes liées aux activités d'exportation. Indiquez l'ordre des étapes que vous avez suivi la première fois que vous avez exportée. (si votre entreprise n'a pas suivi toutes les étapes, numérotez seulement les étapes, numérotez seulement les étapes suivies où la dernière étape numérotée constitue celle qui marque la fin de votre démarche.)

- a. Réception du paiement par le client .....
- b. Analyse interne de l'entreprise .....
- c. Expédition .....
- g. Autre, veuillez préciser.....
- d. Choix du marché .....
- e. Financement .....
- f. Planification promotionnelle .....

**21.** Pour chacune des informations suivantes, précisez le degré d'influence qu'elle a eu sur votre décision d'exporter (encercler le chiffre correspondant à votre réponse)

Affirmation	Pas d'influence	Un peu d'influence	Beaucoup d'influence	Une influence totale
Vos objectifs de croissance	1	2	3	4
Votre expérience dans le domaine des affaires	1	2	3	4
Votre formation académique	1	2	3	4
Votre intérêt personnel pour l'exportation	1	2	3	4
Votre désir de voyager dans le cadre professionnel	1	2	3	4
La capacité de production disponible pour répondre à la demande internationale	1	2	3	4
La disponibilité des ressources humaines	1	2	3	4
La disponibilité des ressources financières	1	2	3	4
L'avantage concurrentiel des produits ou services de l'entreprise	1	2	3	4
Vos concurrents exportent	1	2	3	4
La saturation du marché local	1	2	3	4
L'aide et le soutien des autorités publiques	1	2	3	4
L'ouverture et l'accueil des autorités dans les marchés étrangers	1	2	3	4
La conjoncture économique	1	2	3	4
Le taux de change	1	2	3	4
Les ententes de libre échange	1	2	3	4
La rentabilité liée à l'exportation	1	2	3	4
La mondialisation	1	2	3	4
Les commandes provenant de l'étranger	1	2	3	4
La croissance de la demande sur les marchés étrangers	1	2	3	4

### **III. L'entreprise et la stratégie d'exportation**

**22.** Quel est le mode d'accès utilisé par votre entreprise afin d'exporter ?

- a.  Exportation directe (modalités d'accès : agent occasionnel ou agent importateur ou importateur distributeur ou portage)
- b.  Exportation indirecte (elle est faite par l'intermédiaire d'un : courtier ou commissionnaire ou société du commerce international)
- c.  Implantation commerciale (modalités d'accès : agent commercial ou la concession exclusive ou la succursale ou une filiale de distribution ou franchise commerciale)

23. A votre avis, quels sont les principaux facteurs de réussite d'une démarche à l'export dans votre domaine ?

- a.  Le prix
- b.  Les outils commerciaux adaptés
- c.  La notoriété de l'entreprise
- d.  Le savoir-faire
- e.  L'existence d'une structure dédiée à l'export
- f.  Un site internet
- g.  Avoir déjà réussi en Algérie
- h.  Les services liés aux produits
- i.  La qualité du produit
- j.  Autres, veuillez préciser .....

24. Le produit exporté est :

- a.  Le même que celui qui est vendu en Algérie
- b.  Adapté aux spécificités du marché étranger

25. Existe-t-il une structure export au sein de votre entreprise ?

- a.  Oui
- b.  Non

26. Si non, ceci est dû :

- a.  Au fait que le volume des exportations n'est pas important
- b.  A l'incapacité financière de l'entreprise
- c.  Manque d'un personnel qualifié qui prend en charge ce service
- d.  L'activité d'exportation n'est pas permanente (n'exige pas l'existence d'une structure propre à l'exportation)

27. Si l'entreprise détient une structure export, cela :

- a.  Lui a permis une meilleure organisation de ses activités d'exportation
- b.  Lui a facilité la gestion de l'entreprise dans son ensemble
- c.  Lui a engendré beaucoup de frais
- d.  A renforcé ses relations avec des partenaires étrangers

28. Vos produits sont-ils adaptés à la demande étrangère, en termes de :

- |   | <u>Oui</u>               | <u>non</u>               |
|---|--------------------------|--------------------------|
| a. Prix ?   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b. Qualité ?  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c. Normes internationales (notamment les normes techniques, sanitaires...)? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d. Autres éléments, veuillez préciser .....                                 |                          |                          |



29. Avez-vous obtenu des labels ou certifications pour vos produits ou votre entreprise ?

- a.  Non, aucune      c.  ISO 9001      e.  ISO 1400  
b.  ISO 14001      d.  ISO 22000      f.  Label professionnel  
g.  Autre, veuillez préciser .....

- Dans le cas d'une certification, veuillez préciser l'organisme certificateur  
.....

30. Quels sont les pays où vous exportez ?

- a.  Pays du Maghreb      d.  Pays d'UE  
b.  Océanie      e.  Pays d'Amérique du nord et d'Amérique latine  
c.  Pays d'Asie

31. Le choix du pays : l'entreprise a-t-elle analysé le marché mondial afin de sélectionner son ou ses marchés cibles ?

- a.  Oui      b.  Non

32. Le choix est basé sur :

	<u>Oui</u>	<u>Non</u>
a. Le rapprochement géographique	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Le rapprochement culturel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Le rapprochement géographique et culturel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Autre chose	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Veuillez préciser .....		
.....		

#### IV. L'évolution du processus d'exportation dans l'entreprise

33. Quel est le montant d'exportation en 2014 ?

34. Quelle est sa part dans le chiffre d'affaires de l'entreprise exprimé en pourcentage ?

35. Le chiffre d'affaires des exportations en 2014 est-il plus important par rapport aux années précédentes

- a.  Oui      b.  Non

36. Si oui, quel est le pourcentage de son évolution ?

37. Par quoi pouvez –vous expliquer cette évolution ?

.....  
.....  
.....

38. Si non, qu'est ce qui peut expliquer sa stabilité ou régression ?

- a.  Absence d'autres commandes
  - b.  Complexités administratives
  - c.  Difficulté d'identification des clients et des distributeurs
  - d.  Barrières règlementaires
  - e.  Complexité d'adaptation des produits
  - f.  Autres, veuillez préciser .....
- .....

## V. L'entreprise et les obstacles à l'exportation

39. Quels sont les facteurs qui peuvent faire obstacle à vos exportations ?

- a.  Les lourdeurs administratives
  - b.  Les difficultés d'accéder au financement
  - c.  Le manque d'informations sur les marchés étrangers
  - d.  Les coûts de transport et d'assurance
  - e.  Les obstacles liés à l'obtention d'aide et d'incitation des organismes publics de soutien aux exportations hors hydrocarbures
  - f.  Autres, veuillez préciser .....
- .....

40. Quels sont les risques auxquels sont exposées vos exportations ?

- a.  Risque commercial (non paiement, non transfert de devises)
  - b.  Risque pays (y compris le risque d'interruption du marché, risque politique)
  - c.  Risque de change (évolutions défavorable de la monnaie de facturation)
  - d.  Autres, veuillez préciser .....
- .....  
.....  
.....

## **VI. L'entreprise et les politiques de soutien de l'Etat aux exportations hors hydrocarbures**

**41.** Parmi les programmes et organismes suivants dédiés aux services des entreprises exportatrices, cochez tous ceux que vous connaissez.

- a.  ALGEX (Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur)
- b.  FSPE (Fonds Spécial pour les Exportations)
- c.  SAFEX (Société Algérienne pour les Foires et les Expositions)
- d.  CAGEX (Compagnie Algérienne de Garantie des Exportations)
- e.  COFACE -Algérie (Service de la Compagnie Française d'Assurance pour le Commerce Extérieur)
- f.  CACI (Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie)
- g.  ANXEL (Association Nationale des Exportateurs Algériens)
- h.  PROMEX (l'Office Algérien de Promotion du Commerce Extérieur)
- i.  Autres, veuillez préciser .....

**42.** Votre entreprise bénéficie-t-elle des politiques de soutien à l'export mises en œuvre par le gouvernement ?

- a.  Oui
- b.  Non

**43.** Si oui, auprès de quels organismes demandez-vous appui pour l'accomplissement de vos démarches d'exportation ?

- a.  ALGEX
- b.  FSPE
- c.  SAFEX
- d.  CAGEX
- e.  COFACE –Algérie
- f.  CACI
- g.  ANXEL
- h.  PROMEX
- i.  Autres veuillez préciser .....

**44.** Quelle a été la nature de l'aide ou d'accompagnement ?

- a.  Aide financière
- b.  Informations juridiques
- c.  Participation à des salons
- d.  Recherche de partenaires
- e.  Informations sur la fiscalité
- f.  Informations sur les marchés étrangers
- g.  Autres, veuillez préciser .....

45. Si non, pourquoi?

.....  
.....  
.....

46. Connaissez-vous les assurances qui couvrent les risques liées aux exportations ?

- a.  Oui                      b.  Non

47. Si oui, pour couvrir vos opérations d'exportation, vous recourez à :

- a.  La CAGEX  
b.  La COFACE-Algérie  
c.  Autre, veuillez préciser .....

48. Comment estimez-vous les dispositifs mis par le gouvernement afin de permettre aux entreprises de développer leurs capacités exportatrices ?

- a.  Très contraignants  
b.  Contraignants  
c.  Sans influence  
d.  Encourageantes  
e.  Très encourageants

49. Quelles sont vos attentes en matière d'appui à l'exportation ?

.....  
.....  
.....  
.....

***Merci pour le temps que vous avez accordé à cette étude, votre implication est grandement appréciée.***

## Liste des tableaux

<b>Tableau N°01</b> : Paradigme OLI et modes de pénétration des marchés étrangers. ....	13
<b>Tableau N°02</b> : Les effets des différentes politiques commerciales. ....	17
<b>Tableau N°03</b> : Evolutions du commerce extérieur durant la période (2005- 2014) .....	42
<b>Tableau N°04</b> : Part relative des exportations des hydrocarbures dans le total des exportations .....	43
<b>Tableau N°05</b> : La part des exportations hors hydrocarbures dans l'exportation globale de l'Algérie durant la période (2005-2014). ....	44
<b>Tableau N°06</b> : Les importations algériennes par groupes de produits durant l'année 2014.	45
<b>Tableau N°07</b> : Commerce extérieur de l'Algérie par régions économiques pour l'année 2014. ....	47
<b>Tableau N°08</b> : Les principaux clients de l'Algérie en 2014. ....	49
<b>Tableau N°09</b> : Les principaux fournisseurs de l'Algérie 2014 .....	50
<b>Tableau N°10</b> : Les actionnaires de CAGEX. ....	66
<b>Tableau N°11</b> : Répartition de la population de la wilaya de Béjaïa par daïras.....	90
<b>Tableau N°12</b> : Les principales productions en 2014.....	93
<b>Tableau N°13</b> : Les zones industrielles de la wilaya de Bejaïa.....	94
<b>Tableau N°14</b> : Quelques sites naturels et monument culturel.....	95
<b>Tableau N°15</b> : Répartition des entreprises selon la nature juridique.....	99
<b>Tableau N°16</b> : Répartition des entreprises enquêtées selon le statut juridique.....	100
<b>Tableau N°17</b> : Répartition des entreprises interrogées en fonction de leur taille.....	101
<b>Tableau N°18</b> : Répartition des entreprises enquêtées selon leur secteur d'activité.....	102
<b>Tableau N°19</b> : Répartition des entreprises par catégorie d'âge.....	102
<b>Tableau N°20</b> : Situation des entreprises à l'égard de l'exportation .....	103
<b>Tableau N°21</b> : les raisons de non engagement des entreprises dans l'activité d'exportation.....	104
<b>Tableau N°22</b> : Modalités d'accès au premier marché export.....	105

<b>Tableau N°23 :</b> Le mode d'exportation choisi par les entreprises exportatrices enquêtées.....	106
<b>Tableau N°24 :</b> Impressions des entreprises exportatrices sur les facteurs de réussite à l'international.....	106
<b>Tableau N°25 :</b> Les obstacles faisant barrière à l'exportation.....	110
<b>Tableau N°26 :</b> Les risques liés à l'exportation courus par les entreprises.....	111
<b>Tableau N°27 :</b> les organismes de l'Etat les plus connus pour la promotion des exportations hors hydrocarbure par les entreprises interrogées.....	112
<b>Tableau N°28 :</b> Natures des aides publiques perçues par les entreprises exportatrices.....	114
<b>Tableau N°29:</b> Degré d'appréciation des entreprises interrogées des politiques et organismes d'appui mis en place par le gouvernement.....	115

## Liste des graphes

<b>Graphique N°01:</b> cycle de vie d'un produit.....	11
<b>Graphique N°02:</b> Evolution de la part relative des exportations des hydrocarbures durant la période 1970-2014.....	44
<b>Graphique N°03:</b> Répartition des importations algériennes par groupe de produits durant l'année 2014.....	45
<b>Graphique N°04:</b> Répartition des exportations hors hydrocarbures par groupes de produits.....	46
<b>Graphique N°05:</b> L'existence d'une structure export aux seins des entreprises exportatrices interrogées.....	107
<b>Graphique N°06:</b> Adaptation des produits exportés à la demande étrangère.....	108
<b>Graphique N°07 :</b> L'obtention d'un label ou certification valorisant les produits des entreprises exportatrices.....	108
<b>Graphique N°08 :</b> Les entreprises exportatrices et le choix de la destination principale à l'export .....	109
<b>Graphique N°09 :</b> Obtention d'aides de la part des pouvoirs publics.....	113

*Remerciements*

*Dédicaces*

*Liste des abréviations*

*Sommaire*

<b>Introduction générale</b> .....	1
<b>Chapitre I : Aspects théoriques et fondements du commerce international</b> .....	4
Introduction.....	4
<b>Section 1 : Les théories du commerce international</b> .....	5
1.1. Les théories traditionnelles du commerce international.....	5
1.1.1. Les mercantilistes.....	5
1.1.2. Théorie d'Adam Smith sur les avantages absolus.....	6
1.1.3. Théorie des avantages relatifs ou comparatifs de David Ricardo.....	7
1.1.4. Le Modèle Heckscher-Ohlin-Samuelson (HOS) .....	7
1.2. Les nouvelles théories du commerce international.....	8
1.2.1. La théorie des coûts de transactions ou théorie de Williamson.....	9
1.2.2. Théorie de Hymer.....	10
1.2.3. La théorie du cycle de vie du produit.....	10
1.2.4. La théorie éclectique ou le paradigme OLI.....	11
<b>Section 2 : Les politiques commerciales dans le commerce international</b> .....	13
2.1. Le protectionnisme.....	14
2.1.1. Les instruments du protectionnisme.....	14
2.1.1.1. Les barrières tarifaires.....	14
2.1.1.2. Les barrières non tarifaires.....	15
2.1.1.3. Les mesures para tarifaires.....	15
2.1.1.4. Les restrictions volontaires aux exportations.....	16
2.1.1.5. Les règlements administratifs.....	16
2.1.1.6. Les dépréciations monétaires volontaires.....	16
2.1.1.7. L'esprit patriotique.....	16
2.1.2. Les effets des politiques commerciales protectionnistes.....	16
2.1.3. Les motivations du protectionnisme.....	17
2.1.3.1. La théorie du « protectionnisme éducateur » de Friedrich List (1789-1846).....	17
2.1.3.2. Théorie de l'industrie sénescence de N.KALDOR (1908-1986).....	18
2.1.3.3. La politique commerciale stratégique .....	18
2.1.3.4. L'argument de la préservation de l'environnement.....	19
2.1.4. Les effets négatifs du protectionnisme.....	19
2.2. Le libre-échange.....	20
2.2.1. Les arguments en faveur du libre-échange.....	20
2.2.1.1. Argument politique pour le libre-échange.....	20
2.2.1.2. Le libre-échange accroît l'efficacité de la production.....	21
2.2.1.3. Le libre-échange améliore le bien être.....	21
2.2.1.4. Le libre-échange corrige les inégalités internationales.....	21
2.2.1.5. Le libre-échange bénéficie aux consommateurs.....	21
2.2.1.6. Le libre-échange assure la paix sociale .....	22
2.2.2. Les critiques adressées à la théorie du libre-échange.....	22



<b>Section 3 : Le commerce international et l'intégration régionale</b> .....	23
3.1. Conceptualisation de l'intégration régionale.....	24
3.1.1. Le régionalisme.....	24
3.1.2. La régionalisation.....	24
3.1.3. L'intégration régionale.....	24
3.2. L'intégration économique régionale comme combinaison de la coordination de la régionalisation et de régionalisme.....	25
3.2.1. L'intégration économique régionale aux frontières « surface des nations ».....	25
3.2.2. L'intégration économique régionale en profondeur.....	25
3.2.3. L'intégration économique régionale supranationale.....	26
3.3. Les différentes conceptions de l'intégration régionale.....	26
3.3.1. La conception libérale.....	26
3.3.2. La conception volontariste.....	27
3.3.3. La conception institutionnaliste.....	27
3.3.4. La conception politique ou diplomatique.....	28
3.3.5. La conception industrielle ou territoriale.....	28
3.4. Les formes de l'intégration régionale.....	29
3.4.1. La zone de l'échange préférentiel.....	29
3.4.2. La zone de libre-échange.....	29
3.4.3 L'union douanière.....	29
3.4.4. Le marché commun.....	30
3.4.5. L'union économique.....	30
3.5. Les Facteurs de la réussite d'une intégration régionale.....	30
3.5.1. Principes clés pour les partenaires qui s'intègrent.....	30
3.5.2. Principes opérationnels pour la réussite de l'intégration régionale.....	31
Conclusion du chapitre.....	32
<b>Chapitre II : Etat des lieux du commerce extérieur algérien</b> .....	33
Introduction.....	33
<b>Section 1 : Evolution du commerce extérieur en Algérie</b> .....	34
1.1.Le commerce extérieur de l'Algérie avant l'indépendance 1962.....	34
1.2.Le commerce extérieur à l'ère de planification (1962-1989).....	34
1.2.1.Evolution de l'importation (1962 -1989).....	34
1.2.1.1.La phase du contrôle (1962- 1970).....	35
1.2.1.2.Le monopole de l'Etat sur les importations (1971- 1989).....	36
1.2.2.Evolution de l'exportation (1962 -1989).....	37
1.2.2.1. La période 1974-1978 : phase de porte ouverte.....	37
1.2.2.2. La période 1978-1988 : L'étatisation du commerce d'exportation.....	37
1.3. La réforme du cadre réglementaire du commerce extérieur.....	39
1.4. La libéralisation du commerce extérieure : 1990 à nos jours.....	39
<b>Section 2 : Analyse de la structure du commerce extérieur Algérien</b> .....	42
2.1. Tendances générales des échanges extérieurs algériens.....	42
2.2. La part des hydrocarbures dans les exportations de l'Algérie.....	43
2.3. La part des exportations hors hydrocarbures dans l'exportation globale de l'Algérie.....	44

2.4. Répartition des échanges extérieurs par groupe de produits échangés durant l'année 2014	45
2.4.1. L'importation	45
2.4.2. L'exportation	46
2.5. Répartition des échanges par région économique	46
2.5.1. L'Union Européen	47
2.5.2. Les pays de l'O.C.D.E (hors UE)	47
2.5.3. Les pays de l'Asie	47
2.5.4. Les autres régions du monde	48
2.6. Les principaux partenaires de l'Algérie	48
2.6.1. Les principaux clients de l'Algérie	48
2.6.2. Les principaux fournisseurs de l'Algérie	49
<b>Section 3 : Les contraintes et les risques inhérents au processus d'exportation des entreprises algériennes</b>	<b>51</b>
3.1. Les risques liés aux opérations du commerce extérieur en Algérie	51
3.1.1. Le risque commercial	51
3.1.2. Le risque politique	52
3.1.3. Le risque de non-transfert	52
3.1.4. Le risque de catastrophes naturelles	52
3.1.5. Le risque de change	52
3.1.6. Le risque lié au transport de la marchandise	52
3.2. Les facteurs de faiblesse des exportations hors hydrocarbures	53
3.2.1. Les facteurs externes à l'entreprise	53
3.2.1.1. Contraintes liées à la prospection	53
3.2.1.2. Complexité des procédures douanières	53
3.2.1.3. Contraintes liées à la logistique et aux infrastructures portuaires	53
3.2.1.4. Inadaptation des techniques de financement	54
3.2.1.5. Les contraintes procédurales	54
3.2.3. Les facteurs internes à l'entreprise	55
3.2.4. Les contraintes de développement des exportations algériennes	56
Conclusion du chapitre	58
<b>Chapitre III : Les dispositifs et Les mesures mis en œuvre dans le cadre de la stratégie nationale de promotion des exportations hors hydrocarbures</b>	<b>59</b>
Introduction	59
<b>Section 1 : Les dispositifs mis en place par les pouvoirs publics algériens pour promouvoir les exportations hors hydrocarbures</b>	<b>60</b>
1.1. L'Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX)	60
1.1.1. Présentation de l'ALGEX	60
1.1.2. Les objectifs et les missions d'ALGEX	61
1.1.2.1. Les objectifs de l'ALGEX	61
1.1.2.2. Les missions de l'ALGEX	61
1.2. Le Fonds Spécial de Promotion des Exportations (FSPE)	62

1.3. Le Fonds National de Régulation et Développement Agricole (FNRDA).....	63
1.4. La Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie (CACI).....	63
1.5. La Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportations (CAGEX)....	65
1.5.1. Présentation de la CAGEX.....	65
1.5.2. Les missions de CAGEX.....	66
1.5.3. Les activités de CAGEX.....	66
1.5.4. Les risques couverts par la CAGEX.....	66
1.6. La Société Algérienne des Foires et Expositions (SAFEX).....	67
1.7. L'Association Nationale des Exportateurs Algériens (ANEXAL).....	68
1.7.1. Les objectifs de l'ANEXAL.....	68
1.7.2. Les missions du bureau exécutif de l'ANEXAL.....	68
1.7.3. Les Partenariats de l'ANEXAL.....	69
1.7.3.1. Au plan national.....	69
1.7.3.2. Au plan international,.....	69
1.8. Centre Algérien de Contrôle de Qualité et de l'emballage (CACQE) .....	69
1.8.1. Présentation de CACQE.....	69
1.8.2. Les missions du centre.....	70
1.9. Le programme OPTIMEXPORT.....	70
1.10. Le couloir vert.....	71
<b>Section 2 : Les mesures incitatives aux exportations hors hydrocarbures</b> .....	<b>72</b>
2.1. Les mesures fiscales .....	72
2.1.1. Exonération en matière d'impôts directs.....	72
2.1.2. Exonération en matière de taxes sur le chiffre d'affaires .....	73
2.2. Le contrôle de change.....	73
2.2.1. Rétrocession des recettes d'exportation.....	73
2.2.2. Exportation de produits sous le régime de la consignation.....	74
2.3. Régimes douaniers suspensifs à l'exportation .....	74
2.3.1. L'entrepôt des douanes .....	74
2.3.2. Admission temporaire .....	75
2.3.3. Réapprovisionnement en franchise .....	75
2.3.4. Exportation temporaire .....	75
2.4. Facilitations portuaires.....	75
2.5. Le contrôle phytosanitaire.....	76
2.6. Le contrôle sanitaire.....	77
2.7. Le code à barres EAN « Le Standard du Commerce International ».....	77
2.8. Exportation dans le cadre d'échanges de produits.....	77
2.9. Les mesures d'infrastructures et de transport .....	78
<b>Section 3: Les accords Préférentiels de l'Algérie dans le cadre de sa politique de soutien aux exportations hors hydrocarbures</b> .....	<b>78</b>
3.1. L'accord d'association avec l'Union Européenne.....	79
3.1.1. Les Principes de l'accord d'association avec l'Union Européenne .....	79
3.2. Accord association avec la Grande Zone Arabe de Libre Echange.....	81

3.2.1. Les instruments juridiques de la GZALE.....	81
3.2.2. Etats Arabes membres de la GZALE .....	81
3.2.3. Régime tarifaire préférentiel applicable aux produits échangés entre les pays arabes .....	81
3.2.4. Règles d'origine applicables dans le cadre de la GZALE.....	82
3.3. Les autres accords commerciaux.....	82
3.3.1. L'accord de l'Algérie avec l'Union du Maghreb Arabe (UMA) .....	82
3.3.2. Accords bilatéraux avec les pays arabes .....	83
3.3.2.1. Tunisie .....	83
3.3.2.2. Libye .....	83
3.3.2.3. Mauritanie .....	83
3.3.2.4. Maroc .....	83
3.3.2.5. Jordanie .....	83
3.5. Système généralisé de préférences commerciales (SGP) avec les USA .....	84
3.6. L'accession de l'Algérie à l'organisation mondiale du commerce .....	84
Conclusion du chapitre .....	86

**Chapitre IV: Analyse de la politique de soutiens aux exportations hors hydrocarbures dans la wilaya de Béjaia**

.....	87
Introduction.....	87
<b>Section 1 : Présentation du champ de l'enquête : la wilaya de Béjaia.....</b>	<b>88</b>
1.1. Les caractéristiques géographiques et sociales de la wilaya de Bejaia... ..	88
1.1.1. Situation géographiques.....	88
1.1.1.1. Relief.....	88
1.1.1.2. Climat.....	89
1.1.2. Population de la wilaya de Bejaia .....	89
1. 2. Les infrastructures de base et les principales activités économiques .....	90
1.2.1. Les infrastructures de base.....	91
1.2.1.1. Le réseau routier .....	91
1.2.1.2. La ligne ferroviaire.....	91
1.2.1.3. L'infrastructure portuaire .....	92
1.2.1.4. Infrastructure aéroportuaire .....	92
1.2.2. Les principales activités économiques .....	93
1.2.2.1. Agriculture .....	93
1.2.2.2. Industrie .....	94
1.2.2.3. Le secteur des mines... ..	94
1.2.2.4. Le tourisme.....	95
1.2.2.5. Les activités tertiaires... ..	96

<b>Section 2 : Présentation de l'enquête de terrain</b> .....	96
2.1. L'objectif de l'étude.....	96
2.2. Déroulement de l'enquête.....	97
2.3. Choix de l'échantillon.....	97
2.4. Présentation du questionnaire.....	98
2.5. Technique du dépouillement et traitement des données.....	99
<b>Section 3 : Présentation et traitement des résultats de l'enquête</b> .....	99
3.1. Identification des entreprises enquêtées.....	99
3.1.1. La nature juridique des entreprises enquêtées.....	99
3.1.2. Répartition des entreprises selon le statut juridique.....	100
3.1.3. Répartition des entreprises interrogées selon la taille.....	100
3.1.4. Répartition des entreprises selon le secteur d'activité.....	101
3.1.5. L'ancienneté des entreprises interrogées.....	102
3.2. L'entreprises et les premier pas à l'exportation.....	103
3.2.1. Position des entreprises à l'égard de l'objectif d'exportation.....	103
3.2.2. Situation des entreprises à l'égard de l'exportation.....	103
3.2.3. Participation des entreprises aux manifestations commerciales.....	104
3.2.4. Les principales causes expliquant le non engagement des entreprises interrogées dans l'activité d'exportation.....	104
3.2.5. Modalités d'accès au premier marché export.....	105
3.3. L'entreprise et la stratégie d'exportation.....	105
3.3.1. Le mode d'accès utilisé par les entreprises exportatrices.....	105
3.3.2. Les principaux facteurs favorables au développement des exportations perçus par les exportateurs interrogés.....	106
3.3.3. L'existence d'une structure export au sein de l'entreprise.....	107
3.3.4. L'adaptation des produits à la demande étrangère.....	108
3.3.5. Les labels ou certification obtenus pour les produits des entreprises exportatrices.....	108
3.3.6. Les entreprises exportatrices et le choix de la destination principale à l'export.....	109
3.4. L'évolution du processus d'exportation dans l'entreprise.....	109
3.4.1. La part des recettes d'exportations dans les recettes totale de l'entreprise.....	109
3.5. L'entreprise et les obstacles à l'exportation.....	110

3.5.1 Les facteurs qui peuvent faire obstacle à la démarche exportatrice des entreprises enquêtées.....	110
3.5.2. Les risques auxquels sont exposées les entreprises exportatrices.....	110
3.6. Les politiques de soutien de l'Etat en faveur des exportations hors hydrocarbures.....	111
3.6.1. Les organismes dédiés aux services des entreprises exportatrices.....	111
3.6.2. Les entreprises bénéficiaires des politiques de soutien à l'export mises en œuvre par le gouvernement.....	112
3.6.3. Nature des aides perçues par les entreprises exportatrices .....	113
3.6.4. Les entreprises exportatrices et le recours aux compagnies d'assurance couvrant les risques liés aux exportations.....	114
3.6.5. Le degré d'appréciation des entreprises exportatrices des politiques d'accompagnement et de soutien mises en place par le gouvernement.....	115
3.7. Les recommandations.....	115
3.7.1. Actions d'ordre stratégique.....	116
3.7.2. Actions et mesures pratiques et opérationnelles.....	117
3.7.2.1. Actions en faveur des Services bancaires et de l'assurance-crédit à l'exportation.....	117
3.7.2.2. Actions en faveur des mesures douanières, fiscales, de transport et de la logistique.....	118
3.7.3. Actions aux niveaux des entreprises.....	118
3.7.4. Autres actes de mesures incitatives à l'export .....	119
Conclusion du chapitre.....	120
Conclusion générale . .....	121

## Bibliographie

## Annexes







## **Résumé**

La situation économique de l'Algérie reste inquiétante, caractérisée par une forte vulnérabilité due principalement à sa concentration sur une seule source de richesse. De ce fait, l'Etat s'est engagé dans un vaste programme de réformes. Depuis les réformes instaurées dans le cadre de l'ajustement structurel, l'Algérie est entrée dans la nouvelle phase de libéralisation économique qui a touché l'ensemble des domaines, y compris le commerce extérieur. Cela se constate à travers la multiplication des accords signés par l'Algérie et à travers la mise en place d'une politique de promotion des exportations hors hydrocarbures.

Les résultats de notre enquête au sein des entreprises de la wilaya de Béjaïa font apparaître qu'après des années de mise en place d'un système de promotion aux exportations hors hydrocarbures, les entreprises rencontrent toujours les mêmes difficultés. Cela montre l'incapacité des pouvoirs publics à instaurer les réformes nécessaires, aussi il apparaît tout de même, que les contraintes qui freinent l'essor des exportations hors hydrocarbures en Algérie sont liées d'abord aux entreprises elles même.

## **Summary**

The economic situation remains worrying in Algeria, characterized by a high vulnerability due primarily to its focus on a single source of richness. De this, the State has engaged in an extensive program of reforms. Since the reforms introduced in the context of structural adjustment, Algeria has entered the new phase of economic liberalization that has affected all areas, including foreign trade.

This is seen through the increasing number of agreements signed by Algeria and through the establishment of an export promotion policy excluding hydrocarbons.

The results of our investigation within companies of the wilaya of Bejaïa do appear after years of establishment of a promotion system for non-hydrocarbon exports, businesses still encounter the same difficulties. This shows the inability of governments to implement the necessary reforms, as it appears nevertheless that the constraints to the development of non-oil exports to Algeria are first linked to these same companies.