

UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA.

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

Département des Sciences Commerciales

Mémoire de fin de Cycle

Pour l'obtention du diplôme de Master en Sciences Commerciales

Option :

Commerce International et Logistique

Thème

**Analyse de l'impact du couloir vert sur la procédure
d'exportation de l'entreprise :
Cas de CEVITAL SPA**

Réalisé par :

- 1- M^{lle}. AOUCHICHE Thinhinane
- 2- M^r.KHERAZ A. Hamid

Encadreur : Dr. CHITTI M

Devant le jury composé de :

Président : Pr KASSA
Rapporteur : Dr CHITTI
Examineur : Dr BENNACER

Promotion 2018-2019

Remerciements

Nous tenons à remercier, le **bon Dieu** tout puissant qui nous a donné le courage et la volonté pour bien mener ce travail.

Nous tenons à exprimer notre profonde gratitude et nos sincères reconnaissances à **Mr. CHITTI M** pour avoir accepté de diriger ce travail, aussi pour son encadrement d'excellence, sa bienveillance, ses suggestions et précieux conseils tout au long de notre travail.

Nos remerciements s'adressent également aux **membres de jury** qui ont accepté généreusement de corriger ce travail, d'avoir consacré le temps qu'il faut pour l'évaluer et l'examiner.

Nous remercierons le personnel de l'entreprise Agroalimentaire **CEVITAL** Bejaia qui nous a accepté afin de réaliser notre stage pratique, et particulièrement **M^r FALLAH** chef du service facturation et spécifiquement **M^r ADOUANE ZIANE** déclarant en douanes du service transit qui nous a fait l'honneur de diriger notre travail. Sa rigueur pour le travail bien fait, ont motivé notre admiration. Merci pour votre aide précieuse et votre assistance.

Enfin, nous remercions vivement **toute personne** ayant contribué de près ou loin à la réalisation de ce travail.

Dédicaces

A l'être qui m'est le plus cher, à ma douce **mère**, si tu savais combien je t'aime. A mon cher **père**. A mes chers frères **ADEL** et **HALIM** et ma sœur **Lyli**a qui m'ont soutenu.

Sans oublier mon binôme **ABDEL Hamid**.

Tinhinane

Le plus sincère remerciement et plus profond à **DIEU**, à la mémoire de mon **père**, à ma chère **mère** et **mes sœurs** qui m'ont toujours soutenu.

Sans oublier ma binôme **Tinhinane**.

ABDEL Hamid

**A tous ce qui, par un mot, nous ont donné la
force de continuer**

SOMMAIRE

SOMMAIRE -----	IV
Liste des abréviations -----	V
Introduction Générale -----	1
Chapitre I : Aperçu sur le commerce extérieur -----	5
Introduction -----	6
Section 01 : Le développement des exportations : approche théorique sur le commerce internationale.-----	6
Section 02: Barrières et contraintes liées à l'exportation-----	34
Section 3 : Le rôle des organismes intervenant dans la promotion des exportations-----	44
Conclusion -----	57
Chapitre II : -----	58
Commerce extérieur et politiques de soutien aux exportations Hors Hydrocarbures en Algérie -----	58
Introduction -----	61
Section 01 : Evolution de commerce extérieur algérien et état des lieux des exportations Hors Hydrocarbures -----	61
Section 02 : La politique de soutien et contraintes liées a l'exportation en Algérie :-----	74
Section 03 : Les facilitations des exportations hors hydrocarbures Algériennes -----	90
Conclusion -----	97
Chapitre III : Analyse de l'impact du couloir vert sur la procédure d'exportation au sein de l'entreprise CEVITAL SPA -----	99
Introduction -----	100
Section 01 : Présentation de l'organisme d'accueil de CEVITAL SPA -----	100
Section 02 : L'impact du couloir vert sur la procédure d'exportations Cas de « Sucre Raffinée »-----	112
Conclusion -----	136
Conclusion Générale -----	143
Bibliographie -----	VI
Liste des annexes -----	VII
Table des matières -----	VIII

Liste des abréviations

- ALGEX** : Agence Nationale de la Promotion du Commerce extérieure
- ANAFEX** : Office National des Foires et Exportation
- ANEXAL** : Association National des Exportateurs Algériens
- ATA**: Admission Temporaries Admission
- B/L**: Bill of Leading
- BMT** : Bejaia Méditerranéenne Terminal
- CACI** : Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie
- CAGEX** : Compagnie Algérienne d'Assurance de Garantie des Exportations
- CCI** : Les Chambre de Commerce et d'Industrie
- CEE** : Les Conseillers du Commerce Extérieur
- CFCE** : Centre Français du Commerce Extérieur
- CMPE** : Le Centre Marocain de Promotion des exportations
- CNCE** : Le Centre National du Commerce Extérieur
- CNIS** : Centre National d'Informatique et des Statistiques
- COFACE** : Compagnie Française d'Assurance pour le Commerce Extérieur
- DA** : Dinar Algérien
- DGDDI** : Direction Générale des Douanes et Droits Indirects
- DRCE** : Direction Régionale du Commerce Extérieur
- DREE** : Direction des Relations Économiques Extérieures
- EACCE** : Etablissement Autonome de Contrôle et de Coordination des exportations
- ENA** : Ecole Nationale d'Administration
- EPB** : Entreprise Portuaire de Bejaia
- FCCIMSM** : Fédération des Chambres de Commerce et d'Industrie Marocaine
- FMI** : Fond Monétaire International.
- FMN**: Firme multinational

FSPE : Fond Spécial pour la Promotion des Exportations hors hydrocarbures

GATT : Accord Général sur les Tarifs Douaniers et le Commerce

GZALE : Grande Zone Arabe de Libre Echange

HOS: Heckcher Ohlin Samuelson

IBS : Impôt sur les Bénéfices des sociétés

IDE : Investissement Étranger Direct

IPCOC : Inspection Principal de contrôle des Opérations Commerciales

IPS : Inspection Principal aux Sections

ISO : Organisation Internationale de Normalisation

MSC: Mediterranean Shipping Company

NAED: North Africa Enterprise Développement

NIF : Numéro d’Immatriculation Fiscal

OCDE : Organisation de Coopération et de Développement

OEA: Opérateur Economique Agrée

OLI: Ownership Advantage, Location Advantage, Internalization Advantage

OMC : Organisation Mondiale du Commerce

ONS : Office National des statistiques

OSE : Organisme public de Soutien à L’innovation à la Croissance des Entreprises

PIB : Produit Intérieur Brut

PME : **P**etite et **M**oyennes Entreprises

PVD : Pays en voie de développement

R&D : Recherche et Développement

SAFEX : Société Algérienne des Foires et Exportation

SFI : Société Financière Internationale

SIGAD : Système informatique de Gestion Automatisé des Douanes

SMAEX : La Société Marocaine d’Assurance aux Exportation

SPA : Société par Actions

TAP : Taxe sur l'Activité Professionnelle

TCS : Conteneurs

TPE : Très Petite Entreprise

TVA : Taxe sur la Valeur Ajoutée

UBI France : Agence Française pour le Développement

UE : Union Européenne

UMA : Union du Maghreb Arabe

URSS : L'Union des République Socialistes Soviétiques

USD: United States Dollar

VF: Vêrsement Forfaitaire

Liste des illustrations

Liste des tableaux

TABLEAU 1 : LES AVANTAGES ABSOLUES EXPRIMEES EN COUT DE MAIN D'ŒUVRE. -----	13
TABLEAU 2 : L'AVANTAGE ABSOLUE D'ADAM SMITH-----	15
TABLEAU 3: LE PARADOXE DE LEONTIEF. -----	16
TABLEAU 4: LES AVANTAGES ET LES INCONVENIENTS DE LA LICENCE -----	29
TABLEAU 5: LES AVANTAGES ET LES INCONVENIENTS DE LA FRANCHISE INTERNATIONAL --	30
TABLEAU 6: EVOLUTION DE COMMERCE EXTERIEUR EN ALGERIE 2010-2018-----	65
TABLEAU 7: LES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE DE 2010 A 2018 -----	67
TABLEAU 8: LES PRINCIPAUX PRODUITS HORS HYDROCARBURES EXPORTES 2017 ET 2018--	69
TABLEAU 9: LES PRINCIPAUX CLIENTS DE L'ALGERIE EN 2018 -----	71
TABLEAU 10: EVOLUTION DE LA BALANCE COMMERCIALE EN ALGERIE -----	72
TABLEAU 11 : LES ACTIONNAIRES DE CAGEX-----	75
TABLEAU 12: LES ETAPES DE LA PROCEDURE D'EXPORTATION-----	112
TABLEAU 13: LES ELEMENTS DE LA FACTURE PRO- FORMAT-----	117
TABLEAU 14: EVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRE EN DZD ET EN QUALITE DU SUCRE AU SEIN DE L'ENTREPRISE CEVITAL -----	128
TABLEAU 15: COMPARAISON ENTRE CIRCUIT VERT ET CIRCUIT ROUGE AU SEIN DE CEVITAL SPA.-----	131

Liste des figures

FIGURE 1: LA COURBE DE CYCLE DE VIE DE PRODUIT.	19
FIGURE 2: ORGANISATION DU MAROC EXPORT PLUS	54
FIGURE 3: EVOLUTION DE COMMERCE EXTERIEUR EN ALGERIE DE 2010-2018.....	66
FIGURE 4: EVOLUTION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE	68
FIGURE 5: LA REPARTITION DES EXPORTATIONS ALGERIENNES EN 2017	70
FIGURE 6: L'ORGANIGRAMME DE L'ENTREPRISE CEVITAL SPA	111
FIGURE 7: ÉVOLUTIONS DE CHIFFRE D'AFFAIRE DU SUCRE A L'EXPORT.....	129
FIGURE 8: EVOLUTION EN QUANTITE DU SUCRE A L'EXPORT	130

Introduction Générale

Introduction Générale

Les exportations des hydrocarbures en Algérie continuent à constituer la part la plus importante des exportations globales. Cette dépendance vis-à-vis des ressources pétrolières constitue un handicap majeur de l'économie algérienne pendant la période laquelle l'économie algérienne s'est enfoncée dans une crise, due essentiellement à sa forte vulnérabilité vis-à-vis des prix mondiaux des hydrocarbures.

Dans la structure des exportations Algériennes, les hydrocarbures continuent à représenter l'essentiel de nos ventes à l'étranger

L'activité d'exportation est devenue une exigence incontournable du monde actuel. Elle se caractérise par une évolution très rapide des échanges internationaux dans le monde.

L'activité d'exportation contribue à l'enrichissement d'un pays et participe à son développement économique et social. Plusieurs chercheurs dans le domaine économique estiment que l'activité d'exportation est devenue un paramètre sans lequel il ne peut y avoir ni croissance, ni développement.

Face à ce crucial défi, l'Algérie cherche par ailleurs à opérer une transformation de son économie pour sortir de la mono-exportation et de la dépendance vis-à-vis de la volatilité des prix du pétrole brut. De plus, ce défi est d'autant plus difficile à relever que la forte avancée du processus de l'ouverture de l'économie nationale a entraîné deux principaux faits ; d'une part l'explosion des importations et d'autre part la structure des exportations qui n'amorcent toujours pas le mouvement de diversification des exportations nationales.

Actuellement la mondialisation se caractérise par une forte réduction des entraves aux échanges et une diminution des coûts de transport, de communication, d'information et d'immenses opportunités. Cependant, pour de nombreuses entreprises notamment les petites et moyennes entreprises (PME), les frontières nationales constituent toujours un important obstacle à l'expansion de leur activité, et elles restent donc largement, voire exclusivement tributaires de leur marché domestique. Plus préoccupant encore, les entreprises nationales n'envisagent toujours pas de s'internationaliser alors qu'elles sont

déjà exposées à une forte concurrence internationale, y compris au sein de leur propre marché intérieur. Mais pour remédier à cette situation, les gouvernements nationaux et

Introduction Générale

régionaux ont instauré une panoplie de dispositifs visant à soutenir les entreprises dans leur démarche d'exportation. Ainsi, de nombreux programmes d'aide sont consacrés à la promotion des exportations nationales.

En effet, dans les pays en développement les dispositifs d'aide à l'export sont essentiellement axés sur l'amélioration technologique et l'accès au crédit, alors que dans les économies avancées, les actions sont plus orientées vers des programmes plus pertinents à savoir : la création et l'établissement des bureaux et des agences de commerce extérieur, la création de contacts d'affaires et la fourniture d'un flux continu d'informations sur les marchés étrangers pour les entreprises dans le but d'améliorer leur situations et le développement de leurs activités économiques.

Dans la perspective de diversification des exportations Hors Hydrocarbures, à l'instar des autres pays, l'Algérie étant ambitieuse de mener à bien sa politique de promotion des exportations hors hydrocarbures, a mis en place différents dispositifs et mesures d'incitations en vue d'appuyer les entreprises exportatrices dans leur démarche de conquête des marchés étrangers. Il est important de souligner que les dispositifs et les mesures de facilitation sont d'autant plus nécessaires lorsque les obstacles à l'exportation sont élevés et les contraintes sont difficiles à surmonter.

Dans le cas de l'Algérie, les pouvoirs publics ont mis en place plusieurs dispositifs afin d'inciter et de développer les exportations Hors Hydrocarbures à savoir : LA CAGEX, LA SAFEX, LA CACI, LE FSPE et LE COULOIR VERT.

Nous avons fixé comme objet de recherche d'analyser et de présenter les dernières facilitations douaniers à l'exportation mise en place pour encourager et faciliter le processus de dédouanement à l'export.

Pour aborder un tel sujet, nous avons posé la problématique suivante :

Quel est l'impact des facilitations douanières à l'exportation mise en place par le gouvernement sur les activités d'exportation de l'entreprise Cevital ?

Après deux ans de mise en place, il est important d'analyser l'impact de ces procédures sur les exportations et surtout d'étudier le cas de CIVITAL, qui est le premier exportateur après SONATRACH. De notre problématique, découlent les sous questions suivantes :

- Quels sont les barrières et les risques inhérents aux procédures d'exportation et d'internationalisation des entreprises?

Introduction Générale

- Quelles sont les pratiques universelles dans l'accompagnement des entreprises à l'exportation ?
- Quels sont les différents dispositifs d'aide et d'appuis aux entreprises algériennes et est-ce qu'ils sont adaptés aux diverses phases des procédures d'exportations ?
- Quels sont les facilitations douanières existant en Algérie ?
- Quel est l'apport de ces facilitations pour les entreprises et spécifiquement le cas CEVITAL ?

Pour mieux cerner la problématique, cette recherche s'appuie sur les hypothèses suivantes :

H₁ : La majorité des entreprises algériennes peuvent se confrontent à des difficultés et des risques et de nombreuses contraintes à l'export.

H₂ : Les facilitations qui permettent à l'entreprise de réduire ses coûts et qui met en valeur l'impact positif de facilitations douanières à l'exportation sur les activités de Cevital ?

A fin de recueillir les informations nécessaires pour pouvoir répondre aux questions posées, et vérifier les hypothèses émises, nous nous sommes appuyés sur une recherche qui traite le développement des exportations pour définir son aspect théorique et son évolution de l'école classique à l'école néoclassique.

Et pour l'aspect pratique, nous nous sommes d'abord basés sur plusieurs études statistiques de l'ONS, du CNIS, la Douane, ainsi que l'entreprise CEVITAL SPA qui nous permet de tracer l'évolution des exportations Algérienne, en suite par la réalisation d'un stage auprès de l'entreprise CEVITAL SPA.

Pour mener à bien ce travail, nous nous sommes optés pour le plan suivant. Dans le premier chapitre nous avons d'abord donné un aperçu sur le commerce extérieur ce chapitre constitué des trois sections, dans la première section nous avons présenté le développement des exportations (Approche théorique sur le commerce extérieur).

La deuxième section est intitulée sur l'ensemble de la barrière tarifaire et les contraintes liées à l'exportation. En suite la troisième section, nous présenterons le rôle des organismes intervenants dans la promotion des exportations.

Le second chapitre intitulé sur la présentation de commerce extérieur et la politique de section à l'exportation hors hydrocarbure qui est consacré en trois sections dans la 1^{er} section sur l'évolution du commerce extérieur algérien et état des lieux des exportations hors hydrocarbures. Dans la deuxième section ; sera consacré à la politique de

Introduction Générale

soutien et contraintes liées à l'exportation en Algérie. En fin dans la troisième section nous décrivons ces facilitations des exportations hors hydrocarbures.

En fin, dans ce dernier chapitre, nous essaierons partir d'un guide d'entretien, de développer une étude sur l'impact de couloir vert sur la procédure d'exportation dans le cas de l'entreprise CEVITAL SPA. Ce chapitre à pour vocation de démontré la procédure d'exportation de l'entreprise CEVITAL et une étude comparative de circuit vert et circuit rouge, ainsi la facilitation douanières offert par l'Etat et l'administration des douanes pour que CEVITAL puisse exporter dans de bonnes conditions et dans le bref délai.

Chapitre I : Aperçu sur le commerce extérieur

Introduction

Le commerce international s'est développé à partir du XVIème siècle, sur la découverte du nouveau monde et de l'organisation de nouvelles méthodes de production.

Ce dernier est considéré comme un enjeu majeur pour toutes les économies, constitue désormais l'activité privilégiée de compétition, et un moteur générateur de revenus. Les échanges internationaux, comme les présentent les théories du commerce international, portent une solution pour maximiser le bien être de la nation, comme ils peuvent être un facteur essentiel pour déterminer la qualité de la croissance économique de cette nation.

Nous allons donc tout au long de ce présent chapitre, voir d'abord un bref aperçu sur : La présentation de la notion de commerce extérieure, les principales théories de commerce international, et les principales motivations des Etat en matière de promotion des exportations. Nous aborderons ensuite les barrières et stimuli à l'exportation. En fin, une dernière section portera sur une revue du littérature concernant la politique d'appui aux exportations, avec une présentation de rôle des organismes intervenant dans la promotion des exportations adoptées par certains pays.

Section 01 : Le développement des exportations : approche théorique sur le commerce internationale.

Depuis près de deux siècles et demi, les économistes ont développés un corpus théorique visant à décrire les mécanismes qui régissent le commerce international. On peut distinguer entre Les théories traditionnelles du commerce international et les nouvelles théories.

Nous allons rappeler dans ce qui suit, une présentation de la nation de commerce extérieure, et principale théories de commerce international, vers la fin la présentation de l'activité de l'exportation.

1. Présentation de la notion de commerce international

Le terme « commerce international » désigne l'ensemble des échanges internationaux de Biens et de services sur le marché mondial. Il est le lieu regroupant les divers pays du monde Engagés dans la production des biens destinés aux marchés étrangers.

Le commerce mondial comprend :

Chapitre I : Aperçu sur le commerce extérieur

- **Le commerce de concentration** : Qui consiste à assembler les petites productions locales ou régionales dans des comptoirs créés à cette fin, en quantités convenables pour être manipulés sur le marché mondial.
- **Le commerce de distribution** :

Consiste à se procurer les marchandises en très grandes quantités sur le marché mondial et à les emmagasiner pour les distribuer aux consommateurs sur le plan mondial. Le commerce international comprend toutes les opérations portant sur les biens et services réalisées sur le marché mondial. Le commerce international est divisé en commerce d'importation, d'exportation et de transit.

- **Le commerce d'importation** : est celui qui consiste à acheter de l'étranger.
- **Le commerce d'exportation** : est celui qui consiste à vendre à l'étranger des biens et services produits à l'intérieur du pays.
- **Le commerce de transit** : est la faculté accordée à un produit originaire d'un pays donné, destiné à la consommation dans un autre pays, de traverser un pays tiers sans acquitter des droits de douane.¹

1.1. Analyse de l'évolution historique des échanges internationaux

Le développement des échanges internationaux s'inscrit dans une perspective historique au sein de laquelle se succèdent des phases de libre-échange de libre échangisme et des phases de protectionnisme.

1.1.1. Emergence du commerce international

Les Périodes de prospérité et de marasme alternent jusqu'au XVIIIe siècle, période à partir de laquelle l'activité économique se développe.

1.1.1.1. Avant la révolution industrielle

Cette période se caractérise sur les événements suivants :

¹ MUCCHIELLI. J-L, MAYER. T., « Economie internationale », Ed. Dalloz, Paris, 2005, p 115.

Chapitre I : Aperçu sur le commerce extérieur

a. Les échanges limités jusqu'au XVIIIe siècle

Le commerce lointain et peu développé et ne concerne qu'une part tout à fait minime des économies nationales, (vin, sel, grains, épices, étoffes). Les voies de communication entre pays sont rares et ne sont pas entretenues. Les commerçants doivent s'acquitter de nombreuses taxes et autres droits de péage. La situation économique est, par ailleurs, peu favorable. Les économies nationales, à vocation essentiellement agricole, ne proviennent pas toujours à satisfaire les besoins de leur propre population, elles ne créent donc pas le surplus de production nécessaire au développement du commerce lointain, la tendance est au repli sur soi, au protectionnisme.

b. Naissance du commerce international au XVIIIe siècle

Il faut attendre le XVIIIe siècle pour voir l'échange moderne se généraliser et le commerce extérieur se développer. Les ports de la côte Atlantique, Nantes et Bordeaux principalement, connaissent à cette époque, grâce au commerce colonial et au trait de esclaves noirs, une grande prospérité.

A l'intérieur du royaume, le commerce s'intensifie grâce à l'amélioration et l'extension du réseau routier [Création de l'École et du corps des ingénieurs des Ponts et Chaussée par Daniel Charles Trudaine (1703-1769)]. Devant les marchés de plus en plus larges qui s'ouvrent devant eux, les négociants pressent les industriels d'accroître leur production.

De nouveaux moyens d'échange et de paiement sont introduits et de grandes compagnies par actions sont créées.

1.1.1.2. Après la révolution industrielle

Depuis le XVIII^e siècle, les phases de protectionnisme et celle de libre échange seront succédées, les excès d'une période provoquant l'avènement de la suivante :

a. Protectionnisme du début du XIXe siècle

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

Chapitre I : Aperçu sur le commerce extérieur

Ainsi, la Grande-Bretagne avait-elle institué des monopoles commerciaux (les Compagnies à chartes) et de navigation (les Actes de navigation britanniques) et mis en place une législation pour réguler le commerce des grains, protéger les propriétaires fonciers et encourager les exportations de blé par des primes « Corn Laws : lois protectionnistes concernant la production céréalière britannique ».

En France, on trouve surtout des taxes sur les produits industriels et agricoles. En Allemagne, List Friedrich (1789-1846), économiste allemand théoricien du protectionnisme éducatif, se fait le théoricien de la protection des industries naissantes dans le cadre d'une union douanière de 39 états, le Zollverein « Créé en 1834 sous l'impulsion de la Prusse, a un rôle déterminant dans la formation de l'unité Allemande », qui abolit entre eux toute forme de protection tarifaire et qui érige un tarif extérieur commun.

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

a- Le libre échange de la seconde moitié du XIXe siècle

Le commerce international reste donc fortement contrôlé jusqu'au milieu du XIXe siècle. Cependant, les limites qu'implique le protectionnisme vis-à-vis du développement anglais sont nettes. Les droits de douanes, trop importants, handicapent le développement d'une économie dominante. Dans le même temps, les coûts du blé, trop élevés, sont cause de troubles sociaux et politiques. Peu à peu, La Grande-Bretagne s'écarte des pratiques protectionnistes et les idées libre-échangistes s'étendent.

Le tournant libéral est amorcé lorsque cette grande puissance exportatrice abolit les lois sur le blé (1846) et les lois de navigation (1849) avant de conclure un traité de libre échange avec la France (1860). La France est alors la deuxième puissance économique et le développement des échanges entre les deux pays est aussi décisif en termes commerciaux qu'en termes psychologiques.

La dynamique libre-échangiste gagne le Zollverein, la Hollande, la Belgique, la Suisse, et la Russie qui prennent à la suite des mesures visant à intensifier les échanges.²

² Brahmi Souad ; « La libéralisation du commerce extérieure de l'OMC avec référence cas de l'Algérie ». Université d'Oran, 2010-2011.p12

1.1.2. Développement du commerce international

Les échanges commerciaux internationaux ont connu un essor important, plus particulièrement dans les pays développés, les pays nouvelles industrielles ont vu de ce fait, leurs croissances favorisées ceux des pays avancés n'ont pas connu une telle hausse des échanges commerciaux internationaux chaque notion pendant toutes les mesures nécessaires pour développés d'avantage le commerce extérieure.

Le développement des échanges est la conséquence majeure de ces accords. Ainsi, pendant la deuxième moitié du XXe siècle, le commerce mondial est-il multiplié par 100 en valeur, et l'excédent des exportations mondiales sur la production de richesses est-il en moyenne de 4 point. On illustre souvent, de ce point de vue, la tendance à la mondialisation de l'économie par l'excédent de la croissance du commerce (biens et services) sur celle de la production et par une augmentation plus rapide de L'IDE (investissement direct étranger) que de l'investissement en capital fixe au niveau mondial.

Le début du XXIe siècle a d'abord été marqué par un ralentissement, temporaire, du processus de mondialisation (éclatement de la bulle des technologies de l'information et crise boursière de 2001), puis par une hausse assez sensible, en valeur, des échanges de biens et de services, imputable pour une bonne part (2/3 de la hausse) à la variation des prix en dollars. On estime qu'en 2003 le commerce mondial des marchandises a progressé de 16 pour cent, atteignant 7,3 billions de dollars, et celui des services commerciaux de 12 pour cent, atteignant 1,8 billion de dollars. L'évolution du commerce en valeur nominale, au cours de ces dernières années, a donc été fortement marquée par des évolutions très divergentes en matière de prix et de taux de change.

2. Fondement théorique du commerce international :

Les économistes ont tenté, depuis le XVIe siècle, d'expliquer, voire de justifier les échanges internationaux. L'apport des théories du commerce international au développement de ces échanges est indéniable.

L'échange international a sans doute été un précurseurs des sciences économique ; il a permis de forger quelque uns des concepts les plus caractéristique de cette science, notamment les premiers ébauches de formalisation di discours économique.³

³ Ibidem³ Brahmi Souad ; (2010-2011) .p12

Chapitre I : Aperçu sur le commerce extérieur

C'est aussi un thème dont l'actualité ne s'est jamais démentie au cours du temps, en particulier le débat entre libre-échange et protectionnisme se présente aujourd'hui dans des termes singulièrement proches de ceux de l'époque de David Ricardo.⁴

Le fondement principal de l'échange réside dans la différence de prix de bien entre les pays. Grâce à l'échange les pays peuvent se procurer à un prix moins cher certains biens à l'étranger, et en vendre d'autres plus chers à l'extérieur. Un gain à l'échange réciproque apparaît alors, ce qui engendre un intérêt mutuel au commerce. Cependant, il faut connaître sur quoi repose cette différence de prix, certains économistes ont expliqué que les salaires sont décisifs dans les échanges, par exemple, les pays d'Asie exportent vers le pays d'Europe en raison de leurs salaires faibles. Cependant, il faut comprendre les flux réciproques d'échanges.

Pour cela, la structure des coûts doit être analysée, on doit pouvoir expliquer, pourquoi certains biens sont plus chers à produire nationalement et peuvent être exportés et pourquoi d'autres sont moins coûteux à importer qu'à produire.

Les théories de l'échange international apportent des réponses à ces interrogations, en particulier à celle concernant les effets de l'ouverture sur le bien-être des coéchangistes et sur les types de spécialisation souhaitable. Les théories traditionnelles ou classiques se réfèrent aux avantages comparatifs et aux dotations aux facteurs primaires de pays, alors que les théories modernes ou néoclassiques qui justifient également l'ouverture, montrent que les spécialisations dépendent au moins en partie, de la technologie, des économies d'échelle et de la différenciation des produits.

2.1. Les théories classiques ou traditionnelles du commerce international

Au fil des années, différents théoriciens tentent de rendre compte de la réalité changeante du commerce international. Les mercantilistes voient dans l'exportation un gain et dans l'importation une perte.

Ces théories ont été présentées par Adam Smith pour la théorie des avantages absolus, David Ricardo pour la théorie des avantages comparatifs ainsi Heckscher, Ohlin et Samuelson en fin le paradoxe de Leontief.

⁴ Ibidem, Brahmi Souad, (2010-2011).p12

Chapitre I : Aperçu sur le commerce extérieur

2.1.1. La pensée Mercantiliste du commerce international

À partir de la seconde moitié du XV^e siècle, l'Europe connaît une dynamique économique nouvelle, à la fois marchande, avec le développement des foires, et financière avec un fort développement de l'échange monétaire.

Sur le plan politique, l'État-nation remplace peu à peu le système de la féodalité. Par ailleurs, de grandes découvertes vont être à l'origine d'un changement profond quant à la conception du monde : la découverte de l'Amérique (1492) par Christophe Colomb, la découverte de l'Inde (1498) par Vasco de Gama, l'invention de l'imprimerie (1434) par Johannes Gensfleisch dit Gutenberg, qui facilite la diffusion d'idées nouvelles et l'accès aux écrits plus anciens.

La littérature la plus abondante dans la pensée économique de cette époque s'oriente vers la présentation des moyens à mettre en œuvre pour accroître les richesses en métaux précieux des citoyens ; plus particulièrement des marchands et du Trésor, c'est-à-dire de l'État dont les intérêts sont convergents. En effet, la richesse des marchands permet aux États de réclamer plus d'impôts et donc plus de moyens pour assurer leurs puissances.

On appelle ce courant doctrinal qui s'exprime de la fin du XV^e siècle au milieu du XVIII^e le mercantilisme. Ce courant voit dans le commerce extérieur l'un des facteurs principaux de sa croissance économique.

Le développement du commerce n'explique pas pour autant à lui seul le nouveau dynamisme économique, qui repose également sur les progrès agricoles et industriels.

En Angleterre, on assiste aux premières enclosures (mouvement de clôture des terrains communaux par les propriétaires).

Il y a aussi dans cette propagation du renouveau, dans cette renaissance, l'idée d'une conception du monde exaltant la dignité de l'homme et la liberté intellectuelle. Et cela est particulièrement vrai en ce qui concerne l'investigation scientifique. Copernic (1473-1563), Kepler (1571-1630), Galilée (1564-1642) avec leurs travaux accèdent à l'idée que l'univers est soumis à des lois que l'homme peut connaître par l'usage de la raison et le recours à l'expérimentation.

Dans cet esprit, les humanistes critiquent l'obscurantisme et le dogmatisme de l'Église qui avait alors une importance centrale en matières économiques, sociales et politiques. Cela aboutit aux réformes de Luther (1483-1546) et de Calvin (1509-1564).

C'est dans ce contexte que naît le mercantilisme qui n'est pas inspiré par la défense de la religion ou d'un idéal lointain (eschatologie) mais qui se construit comme un instrument

Chapitre I : Aperçu sur le commerce extérieur

au service de l'idée nouvelle d'État- nation. Viendra ensuite la physiocratie qui sera un mouvement intellectuel précurseur de l'économie classique et du libéralisme.

2.1.2. La théorie de l'avantage absolu d'Adam Smith

La première théorie de l'école classique est celle d'Adam Smith (1723 -1 790) nommée la théorie des avantages absolus.

Les travaux d'Adam Smith sont si féconds qu'ils constituent encore aujourd'hui le terreau commun à bon nombre de recherche économique.

Dans la richesse de nation(1776) Adam Smith avait argumenté en faveur du libre échange en comparant les nations à des ménages : « le maxime de tout chef de famille prudent est de ne jamais essayer de faire chez soi la chose qui lui coutera moins à acheter qu'à produire »⁵. Autrement dit, au même titre qu'un ménage trouve intéressant de ne produire qu'une partie des biens qui lui sont nécessaire et d'acheter les autres avec les produits qu'il peut vendre, la même règle devrait s'appliquer à l'échelle des nations. Le raisonnement de Smith peut-être illustré à l'aide d'un exemple chiffré :

Tableau 1 : Les Avantages absolues exprimées en cout de main d'œuvre.

Cout de main d'œuvre	PAYS (A)	PAYS (B)
1 boisseau de blé	2heures	2.5 heures
1 mètre de toile	4heures	1heures

Source: H.Myint: The classical Theory of international trade and undeveloped countries, the economic journal juin 1978 p 138.

Pour formuler la loi des avantages absolus A. Smith s'est appuyé sur le concept de devisons de travail. Chacun peut économiser son travail dans les domaines où il est médiocre et se consacrer au domaine où il excelle. En l'absence de commerce entre les nations, les prix des deux biens seront dictés par les conditions prévalant dans chaque pays. Smith pensait que les couts de main d'œuvre détermineraient la quantité de toile nécessaire pour acheter un boisseau de blé. Ainsi aux pays A, comme chaque boisseau de blé n'exige que deux heures de travail, il faudrait céder deux boisseaux de blé produits en quatre heures de travail pour obtenir un mètre de toile produit avec quatre heures de travail.⁶

⁶ Ibidem⁶ Brahmi Souad ;(2010-2011).p12

2.1.3. La théorie des avantages comparatifs de David Ricardo : 1772-1823

David Ricardo est un économiste anglais de l'école classique. Il est considéré comme le premier grand théoricien de l'économie.

La théorie des avantages comparatifs corrige celle des avantages absolus d'Adam Smith. Celle-ci disait qu'un pays profite du libre-échange s'il se spécialise dans la production des biens pour lesquels il a un avantage absolu. Selon la théorie des avantages comparatifs, peu importe si un pays a des avantages absolus ou pas : il gagne à se spécialiser dans la production des biens pour lesquels son avantage comparatif est le plus élevé, c'est-à-dire dont les coûts relatifs sont les plus bas, et à échanger les biens qu'il ne produit pas. C'est donc un argument pour le libre-échange : tous les pays peuvent gagner du libre-échange s'ils se spécialisent.

- **Les avantages comparatifs**

La théorie des avantages absolus de Smith mène à une situation problématique : si un pays n'a d'avantage absolu pour aucun produit (c'est à dire s'il n'est plus productif que les autres pays pour aucun bien), il n'aurait pas intérêt à se lancer dans la spécialisation d'un produit en particulier, et aurait intérêt à garder ses frontières fermées au commerce international (pas de libre-échange). Par exemple, dans la situation simplifiée comportant deux pays et deux biens résumée dans le Tableau 2, l'Angleterre n'a aucun avantage absolu par rapport au Portugal sur le drap et le vin (le Portugal produit à meilleur coût ces deux biens). Selon la théorie de l'avantage absolu, l'Angleterre n'a donc aucun intérêt à ouvrir ses frontières pour échanger ces biens. Ce serait risqué que les Anglais achètent tout au Portugal et donc que l'économie nationale s'effondre.

David Ricardo, qui est aussi partisan du libre-échange, propose une solution à cette situation. Sa théorie des avantages comparatifs démontre que même en l'absence d'avantages absolus, l'Angleterre a quand même intérêt à se spécialiser et à échanger avec le Portugal. Les deux pays ont en fait intérêt à se spécialiser dans les biens pour lesquels ils ont un avantage comparatif (ou relatif) et les échanger contre ce qu'ils ne produisent pas

⁷ Ibidem⁷ Brahmi Souad ; 2010-2011.p24

Chapitre I : Aperçu sur le commerce extérieur

Tableau 2 : L'avantage comparatif de David Ricardo

	Portugal	Angleterre
1H de drap	20H	100H
1l de vin	80H	120H
Total d'heure	170H	220H

Source : Ricardo, D. (2002). *Des principes de l'économie politique et de l'impôt*. Chicoutimi: J.-M. Tremblay

2.1.4. Le modèle d'Heckcher Ohlin Samuelson

Ce modèle porte le nom de ses trois artisans : Les économistes suédois Eli Heckcher (1919) et Beril Ohlin (1937) et l'économiste américain Paul Samuelson (1941,1948). Le modèle suédois de l'échange offre une explication partielle de la différence de productivité des factures, en prolongeant le modèle ricardien.

D'après le fondateur de cette théorie Heckcher et Ohlin, une différence des dotations factorielles entre les deux pays peut fonder la différence des coûts comparatifs, dès lors que l'on admet une hypothèse d'identités sectorielles des fonctions de productions.

Le point de départ d'Heckcher a été la recherche d'une explication plus précise, endogène, qui fonderait l'existence même des coûts comparés différents.

L'explication ricardienne est en effet technologique puisqu'elle conduit à expliquer l'avantage comparatif que possède un pays dans la production de fruits tropicaux par le caractère tropical du climat. Il convient donc de trouver une explication plus satisfaisante.

Heckcher admet, contrairement à Ricardo que les techniques de production peuvent être facilement connues et transférées d'un pays à l'autre.

Le théorème d'Heckcher-ohlin peut s'énoncer comme suit : le commerce international conduit chaque pays à se spécialiser dans la production intensive en facteur abondant sur le territoire, ce qui tend à rendre ce facteur rare est relativement moins demandé, si bien à faire croître son prix ; Parallèlement le facteur rare est relativement moins demandé, si bien que son prix devrait tendre à diminuer ; le même schéma se déroule dans le deuxième pays, l'ordre des facteurs étant inversé. Il en résulte que les rémunérations des facteurs doivent à s'égaliser entre les deux pays.⁸

⁸ Ibidem Brahmi Souad ; 2010-2011.p24

Chapitre I : Aperçu sur le commerce extérieur

2.1.5. Le paradoxe de Leontief

Leontief effectuera le premier test du model HOS en 1953, en utilisant les données du commerce américain pour l'année 1947.

Leontief a utilisé les tableaux input-output de l'économie américaine pour effectuer son test.

Tableau 3: Le paradoxe de Leontief.

	Contenu d'un million de dollars d'exportations américain de 1947	Contenu d'un million de dollars de substituts américains aux importations américaines de 1947
Travail (en hommes-années)	182.3	170
Capital (en dollars)	2550780	3091339
Travail /capital (en homme-années par million de dollars de capital)	71.5	55

Source : Léontief « Domestic production and foreign trade ; the american en capital position re-examined », *économica international*, 1954, vol, 7, nel, févr. P3.

Ce tableau montre que le contenu en capital de l'exportation américaine est inférieur aux importations. Selon Leontief, ce n'est pas le model de HOS qui est en cause, mais l'hypothèse selon laquelle les Etats-Unis sont relativement mal dotés en facteur de travail. Il propose de prendre en compte non seulement le nombre de travailleurs mais aussi leurs efficacités relatives.

Pour d'autre économistes, le contenu en capital des exportations américains a été sous-évalué, faudrait y incorporer le capital non directement productif tel que les investissements éducatifs, de transport⁹.

⁹ Ididem ; Brahmi Souad ; 2010-2011.p12

2.2. Les nouvelles théories du commerce international

Si la théorie du commerce international est remise en cause basée sur la spécialisation a été remise en cause et la nouvelle théorie du commerce international fondé sur la différenciation de technologie entre nation. Parmi les théories explicatives de l'internationalisation des entreprises, il existe la théorie de cycle de vie du produit, le Paradigme OLI, et la théorie des avantages monopolistiques, La nouvelle théorie de Paul Krugman, La théorie de l'écart technologique.

2.2.1. La théorie de cycle de vie de produit de Vernon

Le modèle de cycle de vie de produit développé essentiellement par Raymond Vernon¹⁰ et l'extension de la thèse de l'écart technologique dans la mesure où il analyse les causes de l'innovation et les modalités de sa diffusion international.

En fait, l'origine de la théorie de cycle du produit est due à Staffan Linder (économiste suédois) qui, pour expliquer les changements de spécialisation des pays au cours du temps. Le déplacement de production de certains biens dans le temps, phénomène très répandu au cours des années soixante, soutient que les principes présidant le commerce des produits manufacturés sont distincts de ceux applicables aux biens primaires. A ce titre, Linder précise que si les dotations relatives factorielles des pays expliquent le commerce des biens primaire, la direction des flux des biens manufacturés est influencée, elle, par la demande, en évoquant un processus composé de cinq étape basées toutes sur la nation de demande et appelées communient « les, hypothèses de Linder ».

Justement, « les hypothèses de Linder » ont servi de référence à R.Vernon dans L'explication de l'internationalisation de la production par concept de cycle de produit Vernon met en relie le nouveau produit lui-même et son cycle de vie en combinant ainsi l'évolution de l'échange de celui-ci.

R.Vernon distingue quatre phases de cycle de vie du produit :

Introduction (émergence : lancement), croissance, Maturité et déclin. Dans sa première phase, le produit intensif en technologie et en main-d'œuvre qualifié-requis pour sa conception et son adaptation au marché- est fabriqué d'abord pour le marché domestique avec

¹⁰ Vernon R (1966, « International investment and International Trade in the product Cycle»; Quarterly Journal of Economics.

Chapitre I : Aperçu sur le commerce extérieur

un début d'exportation vers les pays justifiant une demande identique et/ou similaire. Cela étant, les systèmes de production de ce nouveau produit ne sont pas au stade de la maîtrise.

Durant la phase de croissance, avec la généralisation de la demande, le pays innovateur détenant le monopole technologique temporaire exporte d'avantage des produits intensifs en technologie et en main-d'œuvre qualifiée.

Ensuite à sa phase de maturité, le produit fortement intensif en capital (investissement) requis pour sa production de masse connaît une baisse sensible en terme d'exportations de la part du pays innovateur, et ce, en raison de la diffusion de la technologie (qui devient uniforme, voire codée) et donc, de la concurrence très rude qui en résulte.

En fin, Durant sa phase de déclin, le produit intensif en main d'œuvre et entièrement banalisé est nettement importé par le pays innovateur de fait du déplacement de la production vers d'autre pays.

Généralement, les produits nouveaux naissent dans les pays les plus industrialisées ayant investi énormément dans la Recherche et Développement et sont dirigés ensuite dans d'autre pays industrialisées et en enfin, vers les PVD ou PED.

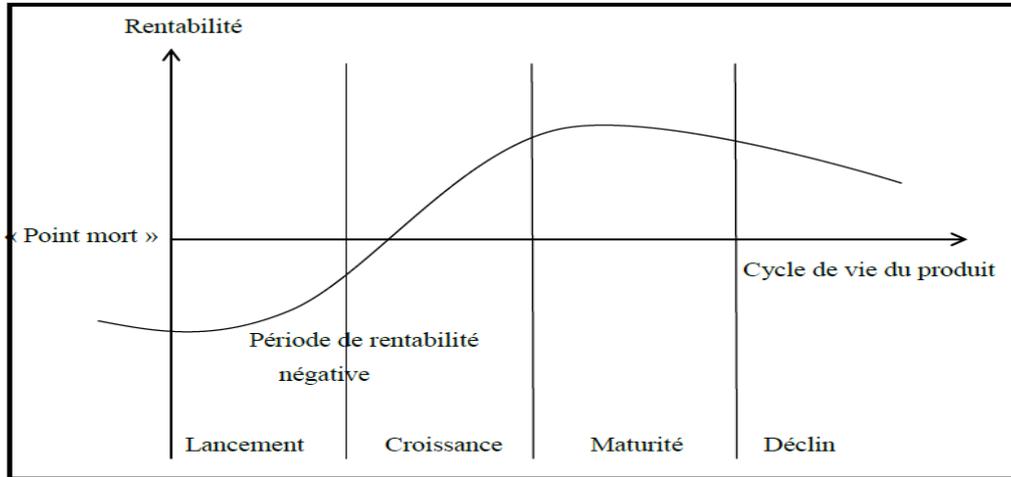
Ainsi, le décalage du cycle de vie du produit dans le temps entre les trois groupe de pays (pays innovateur, les pays développés suiveurs et les PVD) permet d'obtenir pour ceux-ci, en fonction de leur niveau respectif de développement, une dynamique des échanges internationaux. Donc, le cycle de vie du produit est l'un des outils théorique les plus élaborés permettant d'analyser l'aspect dynamique des échanges internationaux.

Il ressort clairement qu'au cycle de vie d'un produit correspond un cycle du commerce international : les produits intensifs en technologie, donc en début de cycle sont exportés par les pays innovateurs(en avance technologique) alors que les produits banalisés et intensifs en main-d'œuvre, donc en fin de cycle sont exportés par les pays abondants en travail qualifié.

L'analyse dans le cadre du modèle du cycle de vie du produit permet de cerner une division internationale du travail dans laquelle le Nord se spécialise dans la production innovante et le sud dans la production banalisée. L'autre enjeu est que ce modèle aide à la compréhension des échanges intra-industriels inhérents au déplacement de la production vers certaines régions ou pays durant les phases de croissance et de maturité.¹¹

¹¹ Ibidem, vernon R (1966)

Figure 1: La Courbe de cycle de vie de produit.



Source : J. Amelon, J. Cardebat, « les nouveaux défis de l'internationalisation », p.139.

Remarque :

Cette courbe du cycle de vie d'un produit en 4 phases est intéressante, mais, comme tous les modèles, elle est loin de s'appliquer aussi linéairement pour tous les produits. Nous l'avons dit, beaucoup de produits ne passent jamais la phase 2 car trop peu de consommateurs « innovateurs » l'adoptent. D'autres produits peuvent rester en phase de maturité pendant très longtemps comme le Coca-Cola ou la voiture par exemple. La durée de chacune de ces phases, varie considérablement d'un produit à un autre. D'ailleurs, la frontière entre les différentes phases est parfois floue.

2.2.2. La nouvelle théorie de Paul Krugman

La théorie traditionnelle de l'échange international s'intéresse aux effets du commerce international sur les nations en retenant comme hypothèse de base que la concurrence est pure et parfaite. Il est déduit que le libre-échange améliore la position des nations qui échangent, incitant donc au démantèlement des barrières protectionnistes.

Toutefois les situations de concurrence pure et parfaite sont rares: "l'essentiel du commerce industriel est réalisé pour des produits de secteurs que nous considérons comme des oligopoles lorsque nous les étudions sous leur aspect domestique" (Krugman, 1989). Dans

la majorité des cas les marchés sont en situation de concurrence imparfaite où le nombre de firmes produisant un bien et agissant sur le marché est faible.

L'environnement oligopolistique ainsi obtenu est appelé un environnement stratégique. Cet environnement stratégique se caractérise par l'émergence et la résistance du profit. Dans ces conditions, il peut être rationnel d'imposer une réglementation protectionniste.

Ces idées constituent la base théorique de la politique commerciale stratégique et ont donné naissance à une nouvelle approche économique de l'échange international, dénommée "nouvelle économie internationale". Initiée par Brander et Spencer, Paul Krugman a participé à cette nouvelle approche. L'apparition de cette théorie remonte à la fin des années 70, mais elle s'est surtout développée dans les années 80.

2.2.3. La théorie éclectique de Dunning : paradigme OLI

La théorie développée par Dunning (1977) constitue une première contribution majeure de l'analyse des flux d'investissements internationaux dans les années 1970, bien que la première firme multinationale se soit développée au milieu du 17^e siècle sous le nom de « East India Company ». La théorie éclectique est conçue comme une synthèse des théories de l'internationalisation et de la théorie des coûts de transaction qui n'apportent chacune que des explications partielles de la localisation des firmes.

Dans cette approche, Dunning s'est inspiré des travaux de Hirsch (1976) relatifs à un arbitrage qu'effectue une firme entre les trois modalités d'exploration du marché étranger : soit l'investissement direct étranger, soit l'exportation ou la vente de licence. En distinguant les différents coûts relatifs à chaque modalité, la simple comparaison entre ces coûts détermine le choix de la modalité la plus rentable pour la firme. L'approche de Hirsch suppose ainsi une information parfaite sur tous les coûts, ce qui ne peut être le cas à l'échelle mondiale compte tenu de la grande asymétrie des coûts et des avantages. En outre, cette¹² approche qui fait partie des modèles statiques (non Stratégiques) ne considère que le choix d'une firme isolée et pour qui seul le coût importe dans la décision de localisation.

C'est dans ce cadre d'arbitrage que Dunning (1981) construit un modèle simple à deux pays dans lequel les firmes font le choix entre les trois modalités de pénétration du marché étranger (IDE, Licence ou Exportations). Ce choix s'effectue sur la base des trois

¹² Levinson. M, « La politique commerciale stratégique », in Problèmes économiques, juin 1989.

Chapitre I : Aperçu sur le commerce extérieur

types d'avantages qu'une firme doit posséder pour s'internationaliser et résumé par le paradigme OLI. Il s'agit de :

- **Ownership advantage (O)** qui se traduit par la possession d'un actif spécifique ou avantage spécifique de la firme. C'est un produit ou une technologie dont les autres firmes ou sociétés ne disposent pas ou n'y ont pas accès (brevet, marques, secrets commerciaux, etc.) ;

- **Location advantage (L)** qui signifie que l'actif doit être durable pour l'entreprise de l'exploiter à l'étranger plutôt que dans le pays d'origine. C'est un avantage de la localisation à l'étranger. Il s'agit ici de rechercher les débouchés qui minimisent les coûts de production, de commercialisation, etc.

- **Internalization advantage (I)** qui s'explique par le fait qu'il y a moins d'avantage à sous-traiter qu'à exploiter soi-même cet actif spécifique. C'est un avantage à l'internalisation, en vue de contourner ou d'éviter le risque lié à la vente de technologie aux autres firmes pour ne pas s'exposer à la concurrence.

2.2.4 .La théorie de l'écart technologique

Le modèle de l'écart technologique, appelé parfois le modèle du fossé technologique ou du cycle technologique, développé pour la première fois à Michael V.Posner 1961, explique l'existence d'une grand part du commerce entre pays industrialisés à dotations relatives factorielles proches, voire identiques ce qui est contraire aux conclusions du Modèle H.O.S, par la création de processus ou système de production et /ou produits nouveaux.

Le pays qui jouit de l'avance technologique acquise dans un secteur bénéficie temporairement d'un Avantage Absolue et/ou Comparatif sur ses partenaires, grâce évidemment au monopole d'exportation pour les produits de secteur et, à condition toutefois que les partenaires expriment une demande dans ce sens.

Graduellement, le commerce d'écart technologique (monopole réexportation basé sur des brevets et des droits déposés) s'affaiblit, sinon disparaît, en raison de la diffusion de la technologie et, donc le l'imitation des systèmes de production et/ou produits nouveaux, par les pays étrangers.

La brèche technologique se mesure ainsi par le retard pris par les pays étrangers dans l'imitation de l'innovation.¹³

¹³ Ibidem, Levinson. M, juin 1989.

Chapitre I : Aperçu sur le commerce extérieur

Parallèlement, il se peut toutefois que le pays précurseur introduise des systèmes de production et/ou produits encore plus innovants et exporte ces produits fondés sur un nouveau écart technologique. Ainsi « Pour Krugman, le monopole technologique et ne peut être maintenu que par des innovations constantes dans de nouveaux produits »¹⁴.

En définitive, l'écart technologique constitue un déterminant important du commerce international. Les pays en avance technologique exportent des produits intensifs en nouvelles technologies pendant que d'autres pays exportent de produits banalisés.

2.2.5. La théorie de la concurrence monopolistique

Edward Hastings CHAMBERLIN est un économiste américain. Il obtint sa thèse en 1927 à l'université de Harvard aux États-Unis qu'il ne quittera plus jusqu'à sa retraite.

Sa contribution principale aux sciences économiques a été publiée en 1933 sous le titre "*The Theory of Monopolistic Competition*" ("Théorie de la concurrence monopolistique"). Sa théorie a deux ambitions : expliquer le comportement individuel d'entreprises concurrentes quand des éléments de différenciation existent, et souligner la façon selon laquelle un équilibre de marché s'établit entre elles.

En pratique, avec la théorie de la concurrence monopolistique, Chamberlin souligne le degré de liberté stratégique dont dispose une entreprise lorsqu'elle combine utilisation du prix et de la publicité, ainsi que la différenciation du produit pour assurer la distinction sur un marché. Dans ce cadre, le producteur essaye de se différencier de la concurrence en présentant des distinctions afin d'obtenir une forme de monopole et ainsi être l'unique producteur à proposer un certain nombre de caractéristiques.

3. Présentation de l'activité d'exportation

Les politiques d'exportation font office de première étape de développement international de l'entreprise. Dans ce mode l'entreprise adopte une politique d'exportation qui lui permettent de vendre ses produits à l'étranger et maintenir un avantage concurrentiel, Et de soutenir les entreprises nationales afin qu'elles puissent consolider leurs positions sur les marchés étrangers.

¹⁴ Jean-Muchielle, op.cit.p65.

3.1. Définition d'une opération d'exportation

L'exportation consiste à vendre des produits (biens et services) dans un pays autre que celui où ces derniers sont fabriqués. Elle est considérée comme étant un vecteur important du commerce international. Ainsi, «l'exportation est un moyen de répartir les risques sur les marchés, de contrer les offensives commerciales du producteur étranger sur son propre terrain ou encore d'échapper à un marché interne devenu trop étroit »¹⁵ « On entend par l'exportation, la vente à l'étranger d'un produit fabriqué dans un pays d'origine. L'exportation peut être direct ou indirect »¹⁶.

3.2. Les différents modes d'exportation

Nous distinguons en premier lieu l'exportation directe de l'exportation indirecte selon les vecteurs :

3.2.1. L'exportation indirecte

Dans l'exportation indirecte, l'intermédiaire entre l'entreprise et le client étranger se trouve dans le pays d'origine. L'intermédiaire peut s'agir de:

a- Les sociétés du commerce international

Ce sont des sociétés qui agissent comme les négociants-exportateurs, achetant ferme les produits qui les intéressent pour les revendre sur les marchés étrangers en y rajoutant bien sur leur marge. Elles se souvant spécialisées soit par catégories de produits (produits alimentaires, machines- outils...), soit par zone géographique.

Le recours à ces sociétés permet aux entreprises exportatrices notamment les PME, de mutualiser un certain nombre de coûts, de tirer profit de leur savoir –faire et de leur réseau, mais aussi d'évaluer des chances de succès des produits offerts par ces entreprises sur les marchés internationaux.

Ainsi, ces sociétés sont très développées au Japon (les Sogo-shosha), en Allemagne, en Corée, et en France¹⁷.

¹⁵ JOFFRE. P, « L'entreprise de l'exportation », Ed. Vuibert, Paris, 1987, p10.

¹⁶ MAYHOFER. U, « Le Management stratégique », Ed. Bréal, 2007, p106.

¹⁷ HARBER D., « Les sogo shosha : comment les sociétés de commerce international japonaises gèrent le monde », Paris, Editions Economica, 1993, p. 1.

b- Les ventes au bureau d'achat et centrale d'achat

Il s'agit de grands magasins, de groupes de distribution, ou de succursales d'entreprises étrangères implantées dans le pays de l'entreprise exportatrice. Le recours aux bureaux et centrales d'achat évite aux fabricants de prospecter les marchés étrangers, en plus ce type d'intermédiaire permet un certain apprentissage du marché étranger, notamment en matière de contraintes applicables au produit (Adaptation du produit, de l'emballage, de étiquetage...).

L'exportateur, après un contrat d'essai, pourra obtenir d'autres commandes plus importantes et suivies s'il donne satisfaction notamment en termes de délais et de qualité des produits. Cependant, le passage de l'exportateur par ce type d'intermédiaire comporte des limites.

En effet, face à la concurrence féroce sur les marchés étrangers, il se peut que les ventes n'aient pas de suite, en plus, l'exportateur ne saura pas les conditions dans lesquelles sont commercialisés ses produits, d'où l'impossibilité pour ce dernier d'apprécier les réponses des marchés.

c- Des commissionnaires d'exportations

Le commissionnaire est un commerçant qui agit pour son propre nom ou sous nom social pour le compte d'un commettant. Il se charge de la prospection, de la vente, de l'expédition des marchandises, des formalités et de la facturation.

d- Le courtier

C'est un commerçant indépendant, dont rôle consiste à mettre en relation l'exportateur et l'acheteur étranger. L'avantage de ce type d'intermédiaire est que la prime demandée sur la transaction est le plus souvent faible. Cependant, l'entreprise exportatrice est contrainte de conserver le risque commercial sur l'acheteur.¹⁸

Notons enfin que dans l'exportation indirecte l'entreprise exportatrice n'est pas en relation directe avec les clients étrangers. Ce type d'exportation lui permet de mutualiser ses coûts de pénétration et de bénéficier de l'expérience et des compétences de ses intermédiaires déjà présents sur les marchés cibles.

¹⁸ PASCO-BERHOC., « Marketing International », Editions Donud, Paris, 2002, p. 182.

3.2.2. L'exportation directe

Par l'exportation directe, l'entreprise cherche à conserver une certaine maîtrise de sa politique commerciale. Dans ce cas elle fournit un effort d'approche du marché en constituant un réseau de commercialisation. Il aura ainsi, la possibilité de contrôler et de dynamiser son activité en fonction de stratégie commerciale propre¹⁹.

En se référant aux vecteurs d'exportation, l'exportation directe se distingue de l'exportation indirecte du fait que l'intermédiaire se trouve dans le pays cible. Dans ce cas l'intermédiaire prend d'autres formes, qui sont les suivantes :

a- Le Représentant à l'étranger

Il s'agit d'un employé de l'entreprise exportatrice et qui est lié par un contrat de travail basé à l'étranger. Le représentant a pour mission de prospecter, de vendre avec la prise de commandes et d'informer l'entreprise sur le marché et la clientèle. Il est d'ailleurs amené à promouvoir les produits de l'entreprise notamment lors de la participation aux salons professionnels et aux foires internationales.

Il faut mentionner que le coût de cette formule est élevé, car en plus de la rémunération du représentant salaire fixe et commissions, l'exportateur supporte des frais administratifs et ceux de prospection et de promotion.

b- bureau de représentant

C'est implantation légère²⁰ (Un bureau et délégué local) qui sert à observer le marché. Il a pour mission; l'observation du marché cible en identifiant ses principales caractéristiques, la prise de premiers contacts avec les clients étrangers en leur faisant connaître les produits de l'entreprise. Cette forme de présence est souvent provisoire, elle permet à l'entreprise exportatrice d'évaluer les chances de succès ainsi que la rentabilité d'une future implantation définitive plus lourde.

¹⁹ MERCIER-SUISSA C.et BOUVERET-RIVAT C., « L'essentiel d stratégies d'internationalisations de l'entreprise » ;Gualino Editeur ;E JA -Paris,2000,p86 .

²⁰ PASCO -BERHOC. Op.cit. p168.

c- Succursale

La succursale est un service décentralisé du siège de l'entreprise, sans personnalité juridique propre. Le statut juridique et fiscal d'un tel établissement est fonction du droit local. La succursale se rapproche de la filiale en termes des obligations qu'elle doit respecter. Du point de vue commercial, la succursale est chargée d'animer le réseau de vente de l'entreprise mère à l'étranger. Elle s'occupe aussi, de la transmission de commandes à la société mère, de l'organisation du dédouanement des marchandises, et des livraisons locales²¹. Notons que le choix du responsable de la succursale est important. Souvent ce dernier s'agit d'un expatrié qui connaît bien au même temps la culture de l'entreprise mère que les caractéristiques du marché cible.

L'exportation à travers la création d'une succursale présente un certain nombre d'avantages à savoir:

- La réalisation de la prospection du marché cible;
- L'obtention de meilleures informations sur l'état du marché;
- Le suivi des règlements ;
- Cependant ce mode de présence à l'international présente les inconvénients suivants

d- filiale commerciale

Contrairement à une succursale, une filiale commerciale est un établissement stable à l'étranger, doté d'une raison sociale et d'une personnalité juridique propre mais qui reste contrôlée par une société mère détenant tout ou une partie de son capital²².

La filiale commerciale joue le rôle d'un importateur appartenant à son fournisseur. Elle constitue le réseau de vente, l'anime et le contrôle. Il faut ainsi noter que la création d'une filiale commerciale à l'étranger relève d'une réflexion stratégique de l'entreprise mère c'est un choix lourd de conséquences vue les coûts et les risques élevés qu'il engendre.

Cependant, ce mode d'approche à l'international représente d'importants avantages; la filiale s'efforce à mieux connaître les consommateurs ainsi que les concurrents locaux, elle crée une image valorisante de la société en garantissant un engagement à long terme sur le marché cible, l'appréciation de la conformité aux normes et aux réglementations des produits offerts par la société mère.

²¹ Idem.

²² Idem.

e- Le consignataire

Le recours à un consignataire est souvent conçu par l'exportateur comme une étape préalable à la création d'une succursale commerciale. Cette forme d'exportation consiste à faire appel à un importateur qui n'achètera la marchandise de l'exportateur que si celle-ci est livrée par le client. Car, l'importateur n'est qu'un dépositaire des marchandises.²³

L'adoption de cette forme lui permet ainsi d'éviter de financer son stock et d'assumer les frais et les risques de sa commande.

3.2.3. Les exportations associées ou concertées

L'exportation concertée consiste pour l'entreprise à exporter en coopération avec d'autres entreprises. L'entreprise s'associe avec d'autres entreprises, bénéficiant de leurs noms et compétences. Cette forme d'exportation se réalise à travers²⁴ :

a- Les groupements d'exportateur

Un groupement d'exportateur est la mise en commun par plusieurs entreprises, non concurrents de tout ou partie de leur activité d'exportation. Plusieurs formes de groupement existent, auxquels des fonctions relativement différentes sont assignées. Les fonctions peuvent être par exemple les suivantes :

- Recherche et mise en commun d'information
- Réalisation d'étude de marché
- Conseil et assistance export
- Lobbying export

b- Le portage

Le portage également appelé exportation kangourou, est une forme de coopération internationale entre deux entreprises dont les produits sont complémentaires. Elle consiste pour, une entreprise souvent une PME, qui souhaite se présenter à l'international. Elle à demander à une entreprise déjà implantée à l'étranger (firme multinationale) de l'aider dans la commercialisation de ses produits sur des marchés étrangers. L'entreprise portée bénéficiera d'un réseau de distribution et du savoir faire mis à sa disposition par la FMN.

²³ Idem.P198

²⁴ JEAN-LOUIS AMELON, JEAN-MARIE CARDEBAT « Les nouveaux défis de l'internationalisation » 1^{er} éditions des boack, bruxelles, 2010, p198.

3.3. Les formes particulières de l'exportation

Dans ce point, on abordera trois stratégies: les transferts internationaux de technologies, la licence, la franchise commerciale internationale.

3.3.1. Les transferts internationaux de technologies

Le transfert international de technologie est la vente de technologie et du savoir-faire qui accompagne la vente d'un produit technique (connaissances, outils, techniques...).

L'entreprise qui dispose d'un savoir-faire ou d'une technique recourt au transfert de technologie plutôt qu'à la vente de ses produits lorsqu'elle n'a pas les moyens humains, financiers, commerciaux pour s'implanter sur un marché étranger.

L'exportateur évite ainsi de supporter le financement d'un investissement direct à l'étranger ainsi que les risques commerciaux associés qui, dans ce cas, sont assumés par l'acheteur. Le transfert de technologie est une opération risquée et délicate.

Les principaux risques encourus sont bien évidemment que l'acheteur devient à terme un concurrent capable de produire moins cher, ainsi que la perte de la maîtrise de la technologie.

Les transferts de technologie peuvent englober les formules suivantes : la cession de licence, la franchise industrielle, la cession de brevets ou de savoir-faire, le contrat de vente, le contrat de prestation de services, la joint-venture²⁵.

3.3.2. La licence internationale

« Le contrat de licence internationale est un accord par lequel une entreprise d'un pays (donneur de licence) concède à une entreprise d'un autres pays (licencié) le droit d'utiliser ou d'exploiter, pendant une période déterminée et sur un territoire défini, un ou plusieurs droits de propriété intellectuelle dont elle est titulaire en retour d'une rémunération.

La concession porte sur un processus de fabrication ou une invention spécifique du donneur de licence et qui doivent être protégés dans le pays étranger ».²⁶

²⁵ Amelon J, Cardebat J: " Les nouveaux défis de l'internationalisation: quel développement international pour l'entreprise après la crise", Ed de Boeck Université, Bruxelles, p : 203 ; 204.

²⁶ Idem. p205.

Tableau 4: Les avantages et les inconvénients de la licence

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none">-Moyen rapide et peu coûteux de pénétrer sur un marché étranger et développer la notoriété d'une marque.-Capital à investir faible par rapport à d'autres modes d'implantation à l'étranger.-Rentabilisation des investissements en R& D.-Risque commercial nul.	<ul style="list-style-type: none">-Le licencié étant un concurrent potentiel, risque de perte de marché.-Risque de contrefaçon par imitation de la marque ou de brevet.-Difficulté potentielle de coordonner un licencié.-Difficulté de contrôler la qualité des produits et de la politique commerciale, donc risque pour l'image de marque du donneur de licence.

Source: AMELON J, CARDEBAT J: « Les nouveaux défis de l'internationalisation: Quel développement international pour l'entreprise après la crise », P. 205.

3.3.3 La franchise commerciale internationale

Le franchisage est la concession par le franchiseur à un franchisé, en contrepartie d'une redevance, du droit de se présenter sous sa raison sociale, d'utiliser les signes distinctifs comme la marque et de vendre les produits et les services qui y sont attachés.

A l'étranger, la franchise permet de dupliquer un modèle éprouvé sur le marché domestique. Dans la création de réseaux importants, le recours à un master franchisé permet de contrôler un réseau important²⁷.

²⁷ Ghislaine. Legrand, Hubert Martini. « Commerce international », 2eme édition, DUNOD, Paris 2008, p 69.

Tableau 5: Les avantages et les inconvénients de la franchise internationale

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none">-Permet un développement de l'activité et une diffusion rapide des produits ou services au niveau international.-L'exportateur conserve le contrôle de la Politique commerciale jusqu'au point de vente.-Investissement financier limité permettant un rapide développement international.-Risque moindre pour l'exportateur car en partie reporté sur les franchisés.-Franchiseur demeure propriétaire de la marque et du savoir-faire commercial.	<ul style="list-style-type: none">-Formule réservée aux exportateurs possédant un savoir-faire reconnu, codifiable et transférable à l'étranger.-Opération relativement complexe à organiser.-Complexité à organiser, gérer, contrôler et animer un réseau de franchisés.-Sélection des franchisés est difficile.-Risque d'imitation et de concurrence à terme avec les anciens franchisés.

Source: Amelon.J, Cardebat.J: « Les nouveaux défis de l'internationalisation: Quel développement international pour l'entreprise après la crise », DUNOD, P. 206.

3.3.4. L'investissement direct étranger

a. Définitions de l'investissement direct étranger (IDE) selon L'OCDE

« L'investissement direct est un type d'investissement transnational effectué par le résident d'une économie « l'investisseur direct » afin d'établir un intérêt durable dans une entreprise « l'entreprise d'investissement direct » qui est résidente d'une autre économie que celle de l'investisseur direct. L'investisseur est motivé par la volonté d'établir, avec l'entreprise, une relation stratégique durable afin d'exercer une influence significative sur sa gestion.

L'existence d'un « intérêt durable » est établie dès lors que l'investisseur direct détient au moins 10 % des droits de vote de l'entreprise d'investissement direct.

L'investissement direct peut également permettre à l'investisseur d'accéder à l'économie de résidence de l'entreprise d'investissement direct, ce qui pourrait lui être impossible en d'autres circonstances.

Chapitre I : Aperçu sur le commerce extérieur

L'investissement direct n'a donc pas les mêmes finalités que l'investissement de portefeuille, l'investisseur de portefeuille ne cherchant généralement pas à influencer la gestion de l'entreprise²⁸».

b. Les formes d'investissement direct étranger

Les IDE peuvent se présenter sous plusieurs formes, on se limite à: le partenariat, filiale, le bureau de représentation, la joint-venture et la sous-traitance.

- **Le Partenariat**

Le partenariat désigne une forme de coopération durable entre des entreprises indépendantes dans le but de renforcer la situation financière, d'innover et d'améliorer les techniques de recherches et de développement, d'acquérir de nouveaux savoirs faire, de comprendre la culture de l'autre entreprise, d'intégrer d'autres compétences en matière de management pour répondre aux attentes de la clientèle tout en adoptant de nouvelles gammes plus performantes et enfin, de conforter les positions sur le marché en améliorant la compétitivité.²⁹

- **La Joint-venture**

Les joint-ventures ou opérations conjointes ou co-entreprises, se rapportent soit à une création en commun, par deux partenaires de nationalité différente, d'une société industrielle ou commerciale, soit par la prise de participation significative dans le capital d'une société étrangère implantée sur le marché d'exportation visé, par une entreprise exportatrice nationale³⁰.

- **La sous-traitance**

La sous-traitance est une relation de production entre « un donneur d'ordre » et les autres entreprises « preneuses d'ordre ». A partir des années 80, les coopérations ont connu une réelle évolution, pour cause, les produits n'étaient plus centrés sur les prix, mais sur leur

²⁸ OCDE : Définition de référence de l'OCDE des investissements directs internationaux, Paris, 4eme Edition 2008, p17.

²⁹ BOUZIDI, (Abdelmadjid) : Comprendre la mutation de l'économie algérienne, les mots-clés, Edition SOCIETE NATIONALE DE COMPTABILITE, Alger, 1992, P.57.

³⁰ Corinne PASCO-BERHO, Hélène LE-STER-BEAUMERUIELLE « marketing international » DUNOD, Paris, 2007, p196.

Chapitre I : Aperçu sur le commerce extérieur

caractéristiques et leurs spécificités, cette exigence de qualité s'accompagne principalement de l'innovation, qui joue un rôle majeur dans la différenciation des produits, pour atteindre cette qualité, la sous-traitance consiste donc à ce qu'une firme confie une partie de sa production à des sociétés plus spécialisées « sous-traitants ».

Le preneur d'ordre est dans ce cas chargé de réaliser des activités soit de production telles que la conception, la transformation, la construction ou la maintenance d'un produits et peut aussi être chargé de faire le suivi d'étude de projets, la comptabilité, l'ingénierie, la recherche et développement, la publicité, l'informatique, le conseil juridique. L'entreprise sous-traitante doit strictement se conformer aux spécifiés techniques ou commerciales des produits et services que le donneur d'ordre lui délimite³¹.

3.4 .Le rôle des exportations

L'activité d'exportation est une nécessité vitale pour l'Etat aujourd'hui, c'est un certificat de bonne santé qui se traduit par le maintien et le développement du pays à l'étranger comme à l'intérieur. Le développement des exportations d'un pays peut être repéré à travers plusieurs effets :

3.4.1. Effet macroéconomique

- Les exportations constituent un levier important pour équilibrer la balance de paiement : ces exportations génèrent des ressources en devise qui favorisent les importations et par voie de conséquence les investissements et l'amélioration de la productivité des facteurs³².

- Les exportations représentent une solution pour le déséquilibre de la balance commerciale : ce déséquilibre est dû au développement des importations dont le pris augmente. Pour palier le déficit commercial, l'Etat peut miser sur le développement des exportations comme seul levier à actionner pour tendre vers l'équilibre.

³¹ DELACOLETTE Jean « Les contrats de commerce internationaux » ; Ed de Boeck, Bruxelles, 1996, P120.

³² DIEMER. A, « Principes d'économie politique », Ed, Economica, Paris, 2013, p 362.

3.4.2. Les exportations motrices de création d'emplois

Dans un pays doté d'une main d'œuvre abondante, les exportations ont un rôle dans l'absorption de cette main d'œuvre, permet de la création des zones franches d'exportation ; ces zones regroupent des entreprises tournées vers l'extérieur.

3.4.3. Les effets des exportations dans la croissance économique

Plusieurs études ont été portées sur la vérification d'une relation positive entre l'accroissement des exportations et la croissance économique parmi ces études nous trouvons Michael(1977), Balassa(1978), Tyler(1981) et Feeder(1983) .Ces derniers ont réalisé des études pour des pays en voie de développement, ils considèrent les exportations comme étant une variable explicative jouant un rôle promoteur dans l'augmentation du PIB.

a- Le développement des exportations

Un facteur de croissance économique par référence aux travaux de professeur de Denis, parmi les principaux facteurs de la croissance économique ; la croissance des exportations joue un rôle moteur de l'expansion ainsi il introduit la notion des «débouchés préalable », en soulignant que la prise de conscience par les entreprises de l'existence d'une demande préalable et plus précisément la certitude d'une expansion possible des débouchés externes, les incitent à accroître leur exportations ainsi que leurs investissements.

b- Un multiplicateur d'exportations

Le multiplicateur extérieur fonctionne en économie ouverte. Toute augmentation des exportations entraîne une variation amplifiée du revenu national. En effet, l'effort à l'exportation stimule la croissance :

- Les exportations se traduisent par des entrées de devise. Cela génère de revenus, et entraîne une demande supplémentaire ; cette demande suscite d'un accroissement de la production nationale ; et cette dernière engendre de nouveaux revenus.
- Ainsi, en se référant à la notion du multiplicateur de Keynes, à côté du multiplicateur de l'investissement, il existe un multiplicateur de commerce extérieur qui signifie à une variation du montant des exportations correspond un accroissement du PIB.³³

³³ MANTOUSSE. M, « 100 Fiches pour comprendre les sciences économiques », Ed, Bréal, Paris, 2005, p173.

- C'est ainsi, que la libéralisation des échanges crée des opportunités des exportations qui déclenchent un effet multiplicateur bénéfique .Il y a lieu aussi de mentionner le caractère dynamique de cet effet, puisque les taux de croissance ne se renouvellent qu'avec une nouvelle croissance des exportations.³⁴

c- Les exportations une source de l'innovation des entreprises

La plus grande exposition des opérateurs locaux à la concurrence internationale et aux rigueurs du marché international favorise les effets d'émulation, l'absorption des innovations et donc la compétitivité des produits exportables, ce qui est favorable à la transformation, la croissance ainsi encourage l'investissement national et étranger, augmentant de ce fait l'accès au capital et à la technologie.

Section 02: Barrières et contraintes liées à l'exportation

A l'heure actuelle, il est important pour les entreprises souhaitant inscrire leur présence dans la durée sur les marchés étrangers, de procéder à des choix judicieux en matière de mode d'approche des marchés cibles, de maîtriser le financement des opérations d'exportation et d'éveiller à évaluer pertinemment les contraintes et les risques et celle des opportunités que génèrent les exportations.

2.1. Les contraintes liées à l'exportation

Les entreprises se lancent dans l'aventure de l'internationalisation de diverses manières. Cependant, apprendre à gérer la distance séparant l'entreprise de son client final qui se trouve à l'étranger, nécessite une évaluation approfondie des risques et des contraintes liés à l'engagement stratégique.

- **Le risque de change**

C'est le risque lié à la variation des taux de change entre la monnaie nationale et les monnaies des pays cibles. Dès lors qu'une entreprise de libelle ses transactions en devises, elle entre en risque de change³⁵. En effet, la baisse de la devise de paiement en gendre à son tour la baisse de la marge de l'entreprise exportatrice. Il est donc nécessaire pour cette

³⁴ SIROAN. J-M, «L'OMC et la mondialisation des économies », Ed, Economica, Paris, 1998, p30.

³⁵ BARRELIER A. et al, « Exporter : pratique du commerce international » Editions Foucher, Paris 2003, p. 339.

Chapitre I : Aperçu sur le commerce extérieur

dernière de procéder à la couverture de ce risque en procédant à des méthodes internes, ou en transférant la couverture aux organismes externe.

Nous distinguons trois principales méthodes de gestion est le risque de change :

- **La compensation**

Elle est utilisée par les entreprises qui opèrent des transactions à l'exportation et à l'importation. Cette méthode consiste à affecter le règlement d'une créance en devises au règlement d'une dette libellée dans la même unité monétaire.

- **Le termaillage**

Cette méthode consiste à diminuer le risque de change en retardant ou en accélérant les paiements et les rapatriements. Le tableau suivant illustre les principales décisions à prendre suite à la tendance de la devise.

- **Le risque politique et institutionnel**

Il s'agit de l'ensemble des risques liés aux décisions des Etats des pays cibles. Nous distinguons :

- Le risque lié au changement de réglementations; douanière, fiscale, bancaire, commerciale et celle du taux de change.
- Le risque d'expropriation ou de nationalisation.- Le risque lié à la corruption.
- Le risque lié aux coûts de transaction; ces coûts englobent tous les frais engendrés par la réalisation d'une transaction économique, ces derniers deviennent plus importants dès qu'il s'agit d'une transaction internationale. Ces coûts sont souvent liés aux :
 - Coûts de recherche des partenaires étrangers;
 - Coûts de collecte d'informations sur les marchés étrangers;
 - Coûts de rédaction des contrats ;
 - Coûts de contrôle de la conformité des contrats (volumes des vents, prix et moyens appliqués).

- **Les risques de prospection des marchés étrangers**

La prospection des marchés étrangers est une étape importante dans la stratégie d'exportation de l'entreprise, elle porte sur l'identification de plusieurs critères aidant les dirigeants de celle-ci à mieux appréhender les caractéristiques de la demande étrangère.

Chapitre I : Aperçu sur le commerce extérieur

Cependant cette démarche comporte des risques³⁶ qu'il faut prendre en considération et qu'il faut surtout couvrir.

Les risques de prospection sont liés aux éléments suivants:

- L'évaluation du marché;
- La mise aux normes ; l'adaptation aux habitudes de consommation demandent essentiellement des solutions techniques ;
- La recherche des premiers clients, la mise en place d'un réseau, l'établissement d'un partenariat pour pénétrer un nouveau territoire demandent à l'entreprise de nombreuses compétences. Un accompagnement par un spécialiste du pays permet de sécuriser cette démarche.

2.1.1. Les contraintes liées aux ressources et/ou compétences des entreprises

Ces contraintes sont internes à l'entreprise, et on en distingue :

a- Les contraintes liées aux compétences managériales de l'entreprise

En définissant la firme comme étant un ensemble de ressources productives, la croissance de cette dernière notamment à travers le développement des exportations peut être limitée par ses capacités managériales, en particulier :

- La difficulté de la direction générale de l'entreprise à reconnaître l'existence d'une demande étrangère, qui peut être satisfaite par son offre, et adaptée aux services liés au produit qui peuvent fournir les ressources disponibles.
- La difficulté de l'entreprise à combiner des ressources nouvelles et des ressources disponibles nécessaires pour être compétitive dans un nouveau marché géographique.
- La propension de la direction à accepter les risques inhérents aux tentatives d'utilisation de nouvelles combinaisons de ressources afin de satisfaire de nouvelles demandes du marché³⁷.

³⁶Tiré du site : www.netpme.fr/economie/321-risques-exportation.html. Consulté le 05/03/2019.

³⁷ PANTIN François, « La conduite du processus d'internationalisation par les compétences de l'équipe dirigeante : cas d'une moyenne entreprise française », *Revue Management et Avenir* 2004/2 (n°2), Editions Management Prospectives Ed, p. 119.

b- Ressources financières limitées et difficulté d'accéder aux financements

Nous observons que l'accès aux ressources financières est un déterminant significatif de la probabilité d'exporter. Cependant, l'exportation nécessite des besoins financiers spécifiques. En effet, même si certains besoins sont communs à l'activité domestique et à l'activité internationale, d'autres ne sont liés qu'à l'activité internationale de l'entreprise³⁸. Ils créent un besoin en financement supplémentaire. Faut noter à cet égard que :

- Une entreprise ne disposant pas d'une surface financière suffisante, se trouve dans l'incapacité de financer des stocks supplémentaires pour répondre aux commandes venant de l'étranger. En plus, les ressources financières limitées de l'entreprise contraignent son développement international, dans la mesure où ce dernier engendre de nouvelles dépenses qu'il faut couvrir, notamment les frais d'approche du marché étranger et les coûts de prospection.

- L'entreprise exportatrice va entreprendre des investissements de diverses natures, liés par exemple à l'augmentation de sa production dédiée à l'export ou de ses capacités de production. Or, il s'avère que ces investissements sont considérés comme plus risqués par les banques qui de ce fait, ont plus de réticence à les financer ;

- Dans certains cas, les prêts disponibles sont des prêts à court terme, ce qui exclut les gros investissements ;

- L'entreprise exportatrice notamment celle qu'est dans le stade expérimental du développement à l'international, aura des difficultés à obtenir des prêts auprès des banques.

- Enfin, il convient de signaler que le manque de ressources financières peut également empêcher la réalisation des innovations nécessaires à l'adaptation du produit. Avec l'export augmentent les coûts de fourniture des services après vente à l'étranger.

c- Contraintes liées à l'appareil productif de l'entreprise exportatrice

Souvent, les entreprises exportatrices se caractérisent par une productivité supérieure à celle des entreprises (dans le même secteur) opérant uniquement sur le marché national. Cette productivité est donc nécessaire pour démarrer l'activité export. Or, une entreprise peut être contrainte dans son développement international, notamment dans les cas suivants :

- Une entreprise dont l'appareil de production n'est pas souple et flexible aura du

³⁸MAUREL Carole, « Considérations financières et performance export dans les PME vitivinicoles françaises », colloque international " vulnérabilité des TPE et des PME dans un environnement mondialisé" 11ème journée scientifique du Réseau Entreprenariat du 27 au 29 Mai 2009, pp. 3- 4.

mal à répondre rapidement à la demande étrangère. En effet, la technologie dépassée, et le manque d'investissement dans l'acquisition de nouveaux équipements peuvent être à l'origine de la faible compétitivité de l'entreprise face à la concurrence ;

- La non maîtrise des coûts supplémentaires spécifiques liés à l'activité export. Ces coûts ne peuvent être réduits que par la mise en place de techniques de gestion avancée.

d- Un système d'information performant

Un système d'information non intégré, et non performant ne permet à l'entreprise exportatrice de préparer rapidement une offre technique et commerciale valable. La documentation technique de l'entreprise reste ainsi rudimentaire. Si l'équipement de communication (fax, internet, ...) et les réseaux ne sont pas aussi performants, ils ne seront susceptibles de maîtriser l'ensemble des relations qui lient l'entreprise avec ses fournisseurs et ses clients.

e- L'administration de l'export : absence de structure d'export

Beaucoup d'entreprises exportatrices notamment celles des pays en développement manquent de structures orientées vers le développement des exportations. En effet, si un département export dédié n'est pas mis en œuvre, le service commercial cumule tant que les affaires sur le marché national que quelques dossiers à l'exportation. De ce fait les délais d'exécution ne sont pas respectés, et des erreurs sont commises.

f. Manque et/ou la non valorisation des ressources humaines

L'existence d'une main-d'œuvre compétente et qualifiée est une condition préalable à la compétitivité des entreprises.³⁹

L'existence d'une main-d'œuvre compétente et qualifiée est une condition préalable à la compétitivité des entreprises. La mauvaise structuration interne notamment au niveau des ressources humaines représente un frein quant au développement international des entreprises. En effet, la valorisation de ces ressources reste l'un des enjeux majeurs pour permettre à l'entreprise de réussir son processus d'internationalisation à travers l'exportation ;

- La non maîtrise des connaissances linguistiques expose l'entreprise exportatrice à la barrière linguistique

- Le manque de compétences dans les domaines de stratégie internationale,

³⁹ NIOSI Jorge, ZHEGU Majlinda, « Étude sur l'accompagnement à l'internationalisation des petites et moyennes entreprises québécoises », Université de Québec à Montréal, Août 2011, p.11.

marketing international, logistique internationale, constituent l'un des facteurs qui nuisent au développement international de l'entreprise.

g. Manque de développement en matière de marketing international

L'offre de l'entreprise peut être sujette de plusieurs difficultés, qui nuisent à sa compétitivité internationale. Nous évoquons à cet égard les éléments suivants :

Le prix des produits de l'entreprise est à peine compétitif sur le marché local, l'entreprise n'obtient un avantage concurrentiel en prix notamment sur le marché international où la concurrence ne cesse de s'intensifier. En effet, l'exportation représente des coûts supplémentaires spécifiques qui vont affecter la compétitivité de l'entreprise notamment sur le marché international.

2.1.2. Les contraintes liées à l'environnement externe de l'entreprise

Nous allons nous intéresser dans ce qui suit à la qualité de l'environnement des affaires, et les contraintes à l'exportation qui sont suivantes :

a- Les contraintes législatives, réglementaires et normatives

Les règlements et normes particuliers souvent une adaptation technique ou une modification des composantes périphériques du produit. Les divergences entre les règles techniques et les procédures d'évaluation à chaque pays impliquent que la conformité du produit adoptée dans les différents états peut donner lieu à la création de barrières. Il faut distinguer :

- Les normes techniques : spécifications techniques facultatives à respecter au risque de se heurter à un handicap commercial ;
- Les règlements techniques (loi, décret, règlement des pouvoirs publics) : Leur application est obligatoire pour ne pas être passible d'interdiction de commercialiser le produit sur le marché, ou de retrait pur et simple du produit déjà mis sur le marché au moment du contrôle.

b- Difficultés liées à l'adaptation des produits aux normes internationales

Les entreprises exportatrices, quel que soit leur secteur d'activité se trouvent dans la nécessité de se mettre en conformité aux normes internationales pour pouvoir vendre leurs

Chapitre I : Aperçu sur le commerce extérieur

produits sur les marchés étrangers sans qu'ils soient sujet d'une quelconque interdiction. Ils s'agit principalement des normes suivantes⁴⁰ :

• Les normes sanitaires et phytosanitaires

Ce sont des mesures de contrôle à la frontière nécessaires à la protection de la santé des personnes et des animaux ou à la préservation végétale. Ce type de contrôle est aujourd'hui une étape cruciale qui s'impose aux entreprises exportatrices. Il peut concerner le produit lui-même (modification de sa composition, de sa dénomination commerciale...), son emballage ou son étiquetage.

• Les normes techniques

Les normes techniques sont généralement différentes d'un pays à un autre et une adaptation du produit est souvent nécessaire pour la pénétration d'un marché. En effet, si le produit de l'entreprise n'est pas adapté aux normes en vigueur et aux exigences commerciales des marchés étrangers, l'entreprise se trouve pénalisée dans sa stratégie de développement des exportations.

Il faut noter qu'en plus des normes précédentes, l'entreprise se trouve dans l'obligation d'adopter celles liées au respect de l'environnement. En effet, certains marchés notamment ceux des pays développés sont de plus en plus exigeants, car leurs gouvernements veillent à la promotion de l'excellence environnementale.

Il faut toute fois noter que beaucoup d'entreprises exportatrices, notamment les PME ne disposent pas de moyens leur permettant d'adopter ces normes internationales afin d'assurer d'une manière autonome des contrôles de qualité et d'hygiène. Le coût de mise en conformité est extrêmement élevé, ce qui pénalise les ventes des entreprises sur des marchés de plus en plus exigeants⁴¹.

Il faut noter aussi que les contraintes de normalisation peuvent être liées à l'insuffisance des mécanismes publics d'aide aux entreprises, en particulier en matière de fourniture d'informations fiables et mises à jour sur l'évolution et la spécificité des marchés à l'exportation.

⁴⁰ LECERF M., « Les petites et moyennes entreprises face à la mondialisation », Thèse de doctorat, Université de Paris, 2006, p. 140.

⁴¹ ROUBAUD J. F., « Gagner la bataille de l'exportation avec les PME » les avis du Conseil Economique et Social et Environnemental, les éditions des JOURNAUX OFFICIELS, Paris, 2012, p21.

c- Le manque d'informations et d'économies d'échelle à travers les réseaux

Les entreprises exportatrices sont aussi confrontées à des problèmes d'accès aux informations sur les conditions des marchés étrangers et aux réseaux d'information.

En effet, vu leur ressources financières limitées, les entreprises exportatrices ne sont pas en mesure d'explorer de nouveaux marchés, et pas plus qu'elles ne disposent de réseaux indispensables pour identifier les acheteurs sur ces marchés et tisser les liens nécessaires de confiance dans la durée. Dans la pratique, malgré les initiatives des gouvernements pour combler ces lacunes, les entreprises exportatrices face à la multiplicité des agences publiques et privées, se trouvent dans la confusion notamment en ce qui concerne le type d'information obtenue auprès de ces agences.

Une fois effectués les, il convient aussi pour l'entreprise exportatrice de veiller à la maîtrise de la dimension opérationnelle de sa stratégie d'exportation. Car cela choix stratégiques et du mode d'approche du marché étranger permet à l'entreprise d'éliminer les risques qui peuvent nuire au bon déroulement de ses opérations d'exportations.

d- Les contraintes liées à la logistique internationale

La logistique est l'ensemble des mouvements et de manutention des marchandises du point de jusqu'au point de consommation ou d'utilisation. Elle couvre ainsi un certain nombre de domaines qui dépassent le cadre de transport. Elle touche également les conditions de ventes et le passage en douane⁴². La logistique est un levier direct sur les coûts et sur la rentabilité de l'entreprise.

Quand elle n'est pas maîtrisée, la logistique internationale devient un frein à l'activité d'export de l'entreprise. En effet, différents coûts entravent la compétitivité internationale de l'entreprise, ces derniers peuvent être engendrés par :

- Les retards aux ports ;
- La lenteur des procédures administratives notamment au niveau des douanes ;
- L'entreposage inadéquat aux ports.

Notons au passage qu'un autre facteur entravant le processus d'exportation et qui mérite une attention particulière, est principalement lié à la complexité des procédures administratives douanières. En effet, les entreprises exportatrices sont souvent soumises à des formalités complexes au cordon douanier. La perte d'efficacité de l'administration douanière accentue la lenteur des procédures.

⁴²www.bpifrance.fr Consulté le 08/03/2019.

2.1.3. Les différents risques liés à la complexité des transactions internationales

Il est important de noter que l'éloignement géographique, les différences culturelles et juridiques accentuent les difficultés dans les transactions internationales et augmentent le niveau de risque auxquels sont exposés les parties contractantes.

Ces risques sont ainsi appréciés de façon différente par l'exportateur et par l'importateur.

2.1.3.1. Le risque commercial

Le risque commercial se manifeste dès que les clauses du contrat ne sont pas respectées, le risque peut ainsi porter sur les éléments suivants:

- **La qualité**

Les marchandises doivent être soumises à une norme ou une appellation d'origine précise sinon celles-ci peuvent être interprétées différemment ce qui causera des déboires à l'importateur tant auprès de l'administration (douane, répression des fraudes, etc.) que de sa clientèle⁴³.

- **Les conditions sanitaires**

Les autorités des pays d'importation ont toujours la possibilité de procéder aux contrôles dans leurs laboratoires. Et dans le cas où le certificat fourni par l'exportateur diffère de celui obtenu dans les analyses de laboratoires, la mise à la consommation peut être retardée voir interdite. C'est donc le certificat sanitaire ou phytosanitaire émis par l'autorité publique qui peut garantir ces risques.

- **La quantité**

Si la en nombre à la quantité commandée, il aura un risque de rupture de contrat quantité est inférieure et de boycott pour les commandes futures, notamment s'il s'agit d'une centrale d'achat qui n'accepte d'excuses même justifiées.

- **Le délai d'expédition**

Le délai est un élément clé dans la commercialisation des produits. En effet, chaque retard de livraison peut entraîner une mévente notamment pour les produits saisonniers, ou

⁴³MONOD Didier-Pierre, « Moyens et techniques de paiements internationaux », Editions ESKA, Paris 2007, p.53.

l'impossibilité d'importer les marchandises si la date portée sur la licence d'importation est échue.

2.1.3.2. Le risque d'interruption de marché

Ce risque se manifeste lorsque les deux pays des contractants entrent en conflit politique, ce qui empêche ainsi la livraison des marchandises déjà fabriquées ou en cours de fabrication. Ce risque se répercute ainsi sur les deux parties contractantes: Pour l'exportateur, ce risque engendre des difficultés à vendre les marchandises que l'importateur ne désire plus recevoir. Ce risque devient encore plus important lorsque les marchandises destinées à l'exportation sont spécifiques.

2.1.3.3. Le risque économique

L'exportateur se procure des matières premières ou des matériaux incorporables entrant dans le processus de fabrication, mais le prix d'achat de ces inputs ou le prix de transport peut être modifié d'une manière imprévisible. Ceci peut ainsi entraver les ventes de l'exportateur.

2.1.3.4. Le risque financier

Le risque financier qu'encourt l'exportateur peut s'agir :

- **D'un défaut de paiement**

Plusieurs facteurs peuvent retarder le paiement d'une facture par l'acheteur, entre autres, les prix et les quantités qui ne correspondent pas l'expédition, et manque de la signature de la personne autorisée. Cela se répercute sur sa l'entreprise exportatrice en mettant en difficulté sa trésorerie.

- **D'une défaillance du débiteur**

L'acheteur peut demander une prorogation de l'échéance pour l'exportateur, notamment lorsqu'il traverse une passe de trésorerie difficile retardant le paiement de la transaction

2.1.3.5 Le risque pays

Utilisé de plus en plus dans la littérature économique, le risque pays est multidimensionnel dans l'ensemble des relations internationales qu'elle qu'en soit la nature.

Chapitre I : Aperçu sur le commerce extérieur

Les exportateurs sont eux aussi sujets au risque pays via leurs ventes de biens et services sur les marchés internationaux :

- **Risque politique**

Ce type de risque concerne la stabilité⁴⁴ politique d'un pays, il concerne l'ensemble des décisions et actions des Etats qui entravent le déroulement des contrats internationaux. Il se présente aussi dans les cas d'un conflit interne ou externe, d'une guerre civile ou d'un mouvement populaire.

- **Rupture des relations économiques**

Un désaccord flagrant entre les pays des contractants entrave l'exécution du contrat commercial, et aura un effet néfaste aussi bien sur la fabrication que sur l'expédition des marchandises. C'est le cas par exemple d'un embargo qu'un pays impose à un autre.

Pour aider les entreprises à lever les contraintes, se prémunir et réduire les risques à l'export, l'Etat s'efforce de mettre en œuvre les dispositifs appropriés qui visent à offrir aux entreprises un meilleur appui à l'export. Nous allons développer ce point dans la section suivante :

Section 3 : Le rôle des organismes intervenant dans la promotion des exportations

Les pratiques précédentes, bien qu'elles puissent effectivement promouvoir les activités d'exportation, il en demeure pas moins que des organes efficaces soient aussi choisis pour mener à bien ces pratiques et se mettre au service des entreprises exportatrices, en apportant les outils nécessaires et adaptés à leur besoins, et cela à chaque stade de leur démarche d'exportation.

Ainsi de comprendre comment le fait d'être assisté par des acteurs efficace renforce d'une manière considérable les capacités des entreprises pour l'internationale, nous allons consacrer cette troisième section à l'identification de ces principaux acteurs et l'ensemble des missions qu'ils accomplissent dans le cadre de leur accompagnement des exportations. Cela nous permettra d'identifier et de mettre en avant el rôle des acteurs notamment publics dans le développements des exportations et non pas le rôle des exportations et des PME exportatrices dans le développement des économies nationales les bonnes pratiques d'accompagnement à l'internationalisation des entreprises. Nous commençons par aborder les cas d'un pays

⁴⁴ LEMAIRE J. Paul, « Stratégie d'internationalisation : développement international de l'entreprise », Edition Donud, Paris2007, p247.

développé. Ce cas nous permet de mettre en exergue le rôle des entreprises exportatrices notamment les PME dans le maintien voire le renforcement des performances de l'économie nationale.

Pour cela, et dans un contexte difficile et très compétitif avec la montée en puissance des pays émergents sur la scène mondiale, les pays développés voient leur compétitivité menacée. Afin d'augmenter le nombre d'entreprises exportatrices en les incitant à aller à l'international, de multiples organismes notamment publics sont mis en place pour aider les entreprises nationales dans leur stratégie d'internationalisation et ainsi gagner en compétitivité internationale.

3.1. Le dispositif français de soutien aux exportateurs

Comme les autres pays développés, la France a mis en place un dispositif de soutien à ses exportateurs. Ce dispositif a été modifié à plusieurs reprises pour enrayer la dégradation continue de leur balance commerciale.

3.1.1. Les acteurs du soutien à l'international

3.1.1.1. Un dispositif clarifié

Les principales mesures mises en place pour atteindre cet objectif sont les suivantes :

- Une simplification du dispositif autour d'une « chaîne de valeurs » : identification des PME candidates à l'export, accompagnement dans les démarches d'implantation à l'étranger ;
- Un accompagnement à l'export des entreprises par *business France* et ses bureaux dans plus de 70 pays ;
- Un suivi et soutien des entreprises françaises implantées à l'étranger assurés par les chambres de commerce et d'industrie françaises à l'étranger ;
- La mise en place d'un programme commun d'actions collectives d'accompagnement d'entreprises à l'international dénommé « Programme France Export » ;
- Un service de proximité et de détection du potentiel export, puis l'accompagnement et du conseil dans la durée, assuré par les chambres de Commerce et d'Industrie.

3.1.1.2. Ses missions

- **Informier et orienter les exportateurs**

Faire les dispositifs existants d'aide à l'exportation (étude de marché, prospection commerciale ...), informer les entreprises primo-exportatrices sur les caractéristiques des marchés sur les quels elles souhaitent s'implanter (réglementations Techniques, aspects commerciaux ...), mais aussi les accompagner dans la recherche d'un financement ou encore subventionner certaines de leurs démarches prospectives.

- **Accompagner et faciliter l'accès aux marchés étrangers**

Les PME qui le souhaitent peuvent également bénéficier d'aides des dispositifs de conseil pour leur implantation commerciale en territoire étranger. par exemple, pacte PME international a développé un réseau des sociétés prêtes à héberger au sein de leurs locaux les équipes de PME ou TPE primo-exportatrices. Business France gère aussi le dispositif « Volontaires Internationaux en Entreprise »⁴⁵.

3.2. Les différents organismes de soutien aux entreprises exportatrices françaises

Très préoccupées par la baisse importante du nombre des entreprises exportatrices françaises notamment ces dernières années, les autorités françaises n'ont pas cessé de préconiser et d'inciter au renforcement de la coordination entre les différents organismes d'appui chargés d'offrir un meilleur accompagnement à ces entreprises, en imposant un pilotage cohérent leur permettant de se tourner plus largement vers l'international. Nous présenterons ci-après les principaux organismes d'appui aux exportations Françaises.

3.2.1. Ubifrance (ex. Centre Français du Commerce Extérieur(CFCE))

UBIFRANCE, l'Agence française pour le développement international des entreprises, est un Etablissement Public Industriel et Commercial placé sous la tutelle du ministre de l'économie et des finances, du ministre en charge du commerce extérieur et de la direction générale du Trésor. Il est considéré comme un interlocuteur privilégié des entreprises françaises dans leur stratégie d'internationalisation vu les missions qu'elle accomplit en matière d'accompagnement de ces entreprises dans leur démarche d'exportation sur les marchés étrangers.

⁴⁵ J.Duboin.et F.Duphil.et J.Paveau, « Exporter : pratique du commerce international », les Edition FOUCHER 25°, Malakoff, 2015.p27.

Chapitre I : Aperçu sur le commerce extérieur

Concernant la prospection des marchés étrangers, Ubifrance accomplit les missions suivantes :

- Ubifrance en partenariat avec les Missions Economiques à l'étranger peut organiser des élections de contacts, des rencontres et des opérations test ;
- En matière de labellisation, Ubifrance propose une procédure pour accompagner un grand nombre d'entreprise exportatrices françaises dans des opérations collectives en abaissant leurs couts de participation (salons, forum d'affaires, rencontre d'acheteurs, mission découverte d'un marché) ;
- Ubifrance propose un accompagnement à l'export adapté aux besoins et au profil de chaque entreprise, et offre des services en matière de conseil, de mise en contacts des entreprises françaises avec leurs futurs clients, d'informations sur la fiscalité dans les pays cibles.

- **En matière des ressources humaines à l'exportation**

Ubifrance a mis aussi en place un dispositif aux entreprises pour se doter de moyens humains appelé "Volontariat International en Entreprise" (V.I.E). Ce dernier propose une solution en ressources humaines rapide, souple et simple pour l'entreprise. Il permet sur une période de 6 mois à 2 ans, vous pourrez bénéficier de l'apport d'un jeune diplômé, qui implanté dans le pays visé, pourra mettre en place votre projet d'export ou renforcer à coût modéré votre équipe dédiée sur le terrain.

La création d'une nouvelle entité censée aider les entreprises à rayonner à l'international et baptisée Business France. Elle naît de la fusion entre Ubifrance et l'Agence française pour le développement international des entreprises.

Elle devrait fonctionner à partir du 1er janvier 2015. L'agence Business France dont la naissance a été officialisée dans le Journal officiel jeudi 24 décembre.

Elle est issue de la fusion entre Ubifrance, agence chargée d'accompagner les entreprises à l'export et de l'Agence française pour le développement international des entreprises (Afi) qui, comme son nom l'indique, est en charge des investissements venu de l'international⁴⁶.

⁴⁶ Tiré du site <https://www.lentreprise.lexpress.fr> consulté le 12/03/2019.

3.2.2. Organisme public de soutien à l'innovation et à la croissance des Entreprises (OSEO).

OSEO est une entreprise publique, dont la mission répond à une ambition nationale de premier plan : contribuer à faire de la France un grand pays d'innovation et d'entrepreneurs. En quelques années, OSEO est devenu le bras armé de l'Etat en matière de financement de l'innovation et de la croissance des PME comme des entreprises de taille intermédiaire.

C'est une structure publique ayant pour but⁴⁷ :

- D'accompagner la démarche internationale des PME et TPE (financements), à cet égard, OSEO permet un accompagnement personnalisé de la démarche export des PME / TPE ;
- De gérer des garanties publiques à l'exportation complémentaires de celles délivrées par Coface.

En plus des missions précédentes, OSEO intervient dans le financement des projets dans le cadre de partenariat technologique en finançant des projets collaboratifs (recherche développement innovation).

3.2.3. La Compagnie Française d'assurance pour le commerce extérieure (COFACE)

Société anonyme filiale de Natixis, elle est chargée de gérer des garanties publiques à l'exportation pour le compte de l'État (assurance-crédit à moyen et long terme, assurance prospection, etc). Présente dans 65 pays, elle possède une base de données sur 50 millions d'entreprises dans le monde, et la notation rating de ces mêmes entreprises.

Elle fournit différentes assurances à savoir :

- **L'assurance prospection :**

L'Assurance Prospection couvre le risque d'échec ou de succès insuffisant pour amortir les dépenses engagées afin de prospector les marchés étrangers et permet ainsi d'alléger la charge financière de l'effort de prospection ;

⁴⁷ Tiré du lien web : <http://www.oseo.fr>. Consulté le 12/03/2019.

- **L'assurance préfinancement risque exportateur :**

L'assurance des crédits de préfinancement permet de faciliter la mise en place des crédits de préfinancement en faveur des entreprises exportatrices françaises, en sécurisant la banque contre le risque de défaillance financière de l'exportateur ;

- **L'assurance change :**

Pour se couvrir contre le risque de change, la Coface offre deux principaux services aux entreprises opérant sur les marchés internationaux.

3.2.4. Les chambres de Commerce et d'Industrie Françaises à l'Etranger

Ce sont des associations privées indépendantes de droit local. Elles Permettent aux entreprises exportatrices de⁴⁸ :

- S'informer sur les marchés et les pratiques d'affaires ;
- Intégrer un réseau d'entreprises ;
- Bénéficier de services sur mesure pour exporter
- Mettre en contact les entreprises avec les partenaires étrangers.

3.2.5. Autres partenaires intervenant aussi dans le cadre d'accompagnement à l'export des entreprises française

Ces partenaires sont principalement :

3.2.5.1. Les Chambres de Commerce et d'Industrie (CCI)

Ce sont des établissements publics ayant pour principales missions⁴⁹:

- L'appui aux démarches administratives des entreprises ;
- Accompagnement sur les dispositifs nationaux et régionaux de soutien export ;
- Partage d'expérience avec les entreprises déjà tournées vers l'export.

3.2.5.2 .Les Conseillers du Commerce Extérieur (CCE).

C'est une association d'hommes et de femmes d'entreprises expérimentés sur l'international ; elle offre un accompagnement personnalisé sur les dispositifs d'aide à

⁴⁸ Tiré du lien web : <http://www.uccife.org>. Consulté le 13/03/2019

⁴⁹Tiré du lien web : <http://www.cci.fr>. Consulté le 14/03/2019.

Chapitre I : Aperçu sur le commerce extérieur

l'export, et le partage d'expériences sur l'évolution des marchés internationaux et les opportunités d'affaires⁵⁰.

3.2.5.3 .La Direction des Relations Economiques Extérieures (DREE).

Rattachée au ministère de l'économie, des finances et de l'industrie, elle a pour principales missions⁵¹ : le financement public des entreprises françaises, le suivi de l'investissement international français et la veille de l'économie mondiale.

3.2.5.4. Les Missions Economiques à l'étranger

Rattachées à une Ambassade et implantées dans nombreux pays étrangers⁵², la mission économique a pour principale mission : l'analyse de la situation économique et financière du pays considéré et le soutien des efforts commerciaux des entreprises françaises en informant les industriels et les administrations locales sur l'offre française.

3.2.5.5. La Direction Régionale du Commerce Extérieur (DRCE)

DRCE a pour vocation d'aider les entreprises françaises à exporter, à s'implanter et à investir sur les marchés extérieurs. Elle se donne ainsi comme principaux objectifs d'accompagner les responsables de PME à valoriser leur potentiel international à tous les stades de développement sur les marchés extérieurs. En plus de ça, cette direction apporte conseils et assistance personnalisée en présence de ses experts réunis en son sein⁵³.

3.2.5.6. La Direction Générale des Douanes et des Droits Indirects (DGDDI)

Rattachée au ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie, la DGDDI est dotée des cellules de Conseil aux entreprises, rattachées elles mêmes aux directions régionales des douanes, qui informent gratuitement sur les procédures et la réglementation douanière⁵⁴.

Elle informe les exportateurs français sur les formalités administratives de la démarche export (dédouanement, nomenclature tarifaire, réglementation douanière), les

⁵⁰Tiré du lien web : <http://www.cncef.org>. Consulté le 14/03/2019.

⁹l'ensemble des sites des principaux interlocuteurs de l'export ont été regroupés dans le rapport de MEDEF - Commission International - L'Indispensable de l'export – juillet 2008.

⁵¹ Tiré du site : <http://www.dree.org>. Consulté le 16/03/2019.

⁵²Paveau, F. Dauphil, « Exporter, pratique du commerce international ».24^{ème} édition, Edition Foucher.MALAKOFF, 2013 .p27 .

⁵³ Tiré du site : www.commerce-exterieur.gouv.fr. Consulté le 17/03/2019.

⁵⁴ Tiré du lien web : <http://www.douane.gouv.fr>. Consulté le 17/03/2019.

Chapitre I : Aperçu sur le commerce extérieur

modalités, les procédures et les régimes douaniers (stockage, utilisation, ...), les prohibitions et les contingentements.

Il est important de souligner qu'en plus des dispositifs précédents, les entreprises françaises notamment les PME bénéficient aussi des instruments et politiques de l'UE en faveur de leur croissance.

3.3. Les principaux organes de soutien aux exportations au Maroc

La réussite du projet de l'exportation est le fruit du réel engagement des entreprises mais aussi de l'ensemble des actions qui peuvent être menées par les organismes, à qui la charge est de mener à bien la stratégie nationale de soutien aux exportations.

Le Maroc, afin de relever le grand défi économique, a mis en place une politique de réformes structurelles et de libéralisation économique. Pour ce faire, la conclusion de plusieurs accords est préconisée afin de renforcer la plateforme d'exportation du pays.

A cet égard, différents acteurs économiques ainsi que les institutions les accompagnants sont mobilisés.

Ainsi, en plus des actions publiques en matière de promotion des exportations portant essentiellement sur les incitations fiscales, les régimes économiques en douane, les zones franches d'exportation, le financement des exportations, l'assurance à l'exportation et la facilité de change, les exportations marocaines ont été propulsées grâce à la présence d'importants acteurs publics autour des entreprises exportatrices.

3.3. 1. Le Centre Marocain de Promotion des Exportations (CMPE)

CMPE (ou Maroc Export) est un établissement public⁵⁵, créé par Dahir N° 1-76-385 du 25 Hija 1396 (17 Décembre 1976). Doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière, le CMPE est sous la tutelle du Ministère du Commerce Extérieur.

La vision de Maroc Export repose sur deux axes : d'une part la mise en œuvre de la stratégie nationale de promotion des exportations dite Maroc Export Plus et d'autre part le ciblage des activités promotionnelles.

- **Mise en place de la stratégie Maroc Export Plus:**

La mise en œuvre de la stratégie Maroc Export Plus suit une approche pragmatique et structurée en plusieurs phases visant à :

⁵⁵ Tiré du site : www.cmpe.org.ma. Consulté le 18/03/2019

Chapitre I : Aperçu sur le commerce extérieur

- Ajuster et enrichir les mesures préconisées au fur et à mesure de la définition des stratégies sectorielles nationales (exemple : secteur pharmaceutique, plan Halieutis,...) ;
 - Prioriser les mesures par ordre d'importance et d'impacts attendus, afin de consacrer plus de temps à la mise en œuvre des mesures stratégiques et des mesures à fortes retombées ;
 - Syndiquer et mobiliser l'ensemble des parties prenantes à la mise en œuvre de la stratégie à travers la signature d'un contrat programme.
- **Ciblage des activités promotionnelles:**
 - Les activités programmées par Maroc Export se concentrent majoritairement sur les secteurs prioritaires de la stratégie à savoir l'agroalimentaire et les produits de la mer, le textile et le cuir, l'électrique / électronique, l'automobile et l'offshoring. Les secteurs de niche sont également visés par des activités promotionnelles ;
 - La conduite des activités de promotion se fait par le biais d'un partenariat public – privé en concertation avec les associations professionnelles et les opérateurs économiques ;
 - Institué dans le but de favoriser l'expansion des exportations marocaines, Maroc Export est chargé de la promotion des exportations de tous les produits d'origine industrielle, artisanale ainsi que de ceux d'origine agricole ou agro-industrielle ou autres qui ne relèvent pas de la compétence d'autres administrations ou organismes ;
 - Consolider la position du Maroc sur les marchés traditionnels ;
 - Accroître la part des exportations à forte valeur ajoutée ;
 - Diversifier géographiquement les exportations et rechercher de nouveaux débouchés ;
 - Contribution à l'accroissement de l'agressivité commerciale et la compétitivité des entreprises exportatrices ou potentiellement exportatrices ;
 - Projeter une meilleure image du Maroc industriel et faire connaître le potentiel économique marocain ;
 - Assurer la fonction d'un centre d'information et de veille sur les marchés étrangers ;
 - La nouvelle approche de Maroc Export se décline en 4 volets structurants :
 - L'organisation de la participation marocaine aux salons et foires à fort impact, principalement sur les marchés prioritaires, avec un agencement adapté, une campagne de communication, ainsi que l'organisation de missions B to B si le pays ciblé se prête à cette action ;
 - La réalisation d'activités d'exécutif marketing à travers le démarchage de grands

Chapitre I : Aperçu sur le commerce extérieur

donneurs d'ordre internationaux, soit pour les inciter à augmenter le volume d'affaires réalisé avec le Maroc, soit à intégrer le Maroc dans leurs cibles pour le sourcing ;

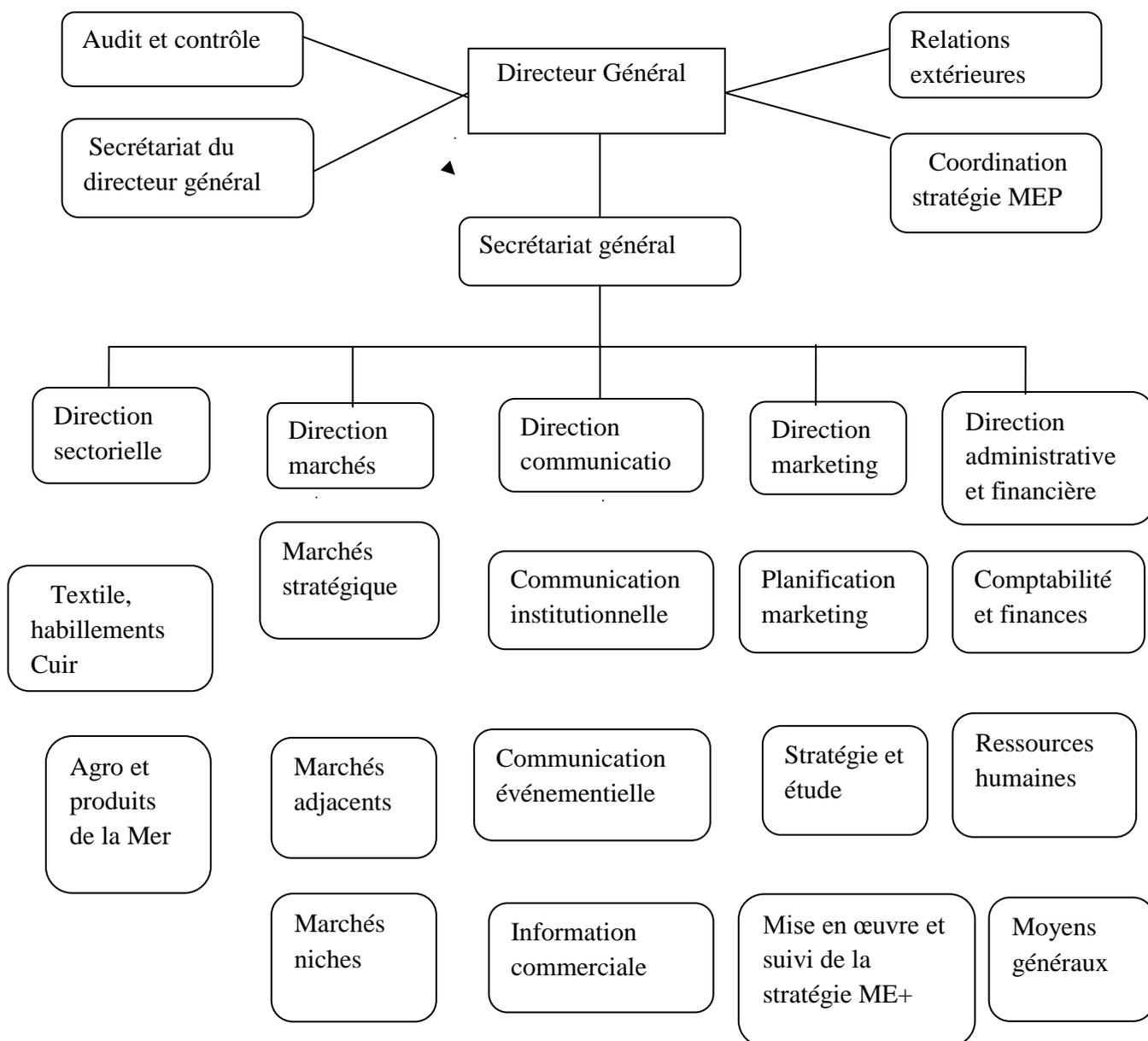
- Le lancement de campagnes de communication sectorielles ciblées pour un meilleur positionnement des produits marocains ;
- La réalisation d'actions de support transversal destinées aussi bien aux entreprises exportatrices confirmées qu'à celles qui souhaiteraient exporter pour la première fois, afin de leur faciliter les démarches ;

Le CMPE est chargé de la promotion des exportations des produits industriels, agro-alimentaires, des services et tous produits qui ne relèvent pas, en vertu d'une disposition législative ou réglementaire, de la compétence d'autres administrations ou organismes. Pour répondre à sa mission, le CMPE fournit aux exportateurs des prestations variées qui peuvent se résumer comme suit :

- La diffusion de l'information commerciale sur les marchés extérieurs, les données sur l'offre marocaine exportable et les propositions d'affaires ;
 - La réalisation de monographies par pays, d'études de marché, d'études sectorielles, de tests de produits et d'études de prospection ;
 - L'organisation de missions économiques et commerciales à l'étranger, de participations marocaines aux foires et salons spécialisés à l'étranger, de programmes de visites pour les acheteurs étrangers et de stages et séminaires de formation en matière des techniques de promotion des exportations et de perfectionnement en marketing à l'export.
 - L'assistance aux entreprises marocaines exportatrices et potentiellement exportatrices dans l'identification des marchés et des créneaux porteurs, l'établissement des mises en relation commerciales, les actions ciblées de prospection, et l'adaptation des produits.

Ces différents volets sont illustrés dans la figure ci-après.

Figure 2: Organisation du Maroc Export Plus



Source: CMPE.www.cmpe.org.ma. Consulté le 20/03/2019

3.3.2. La Société Marocaine d'Assurance aux Exportations (SMAEX)

La SMAEX⁵⁶ est une société d'économie mixte qui a pour objet la gestion du système d'assurance à l'exportation.

Elle est chargée d'assurer :

Pour le compte de l'État et sous son contrôle les risques politiques , catastrophiques ou de non transfert et les risques commerciaux extraordinaires afférents à l'assurance crédit , ainsi que les risques liés à l'assurance foire et à l'assurance prospection.

Pour son propre compte et sous le contrôle de l'État , les risques commerciaux ordinaires relatifs à l'assurance crédit.

D'autre part, elle a pour rôle essentiel la promotion des exportations nationales . A ce titre, son action s'articule autour de quatre volets :

- Sécuriser les transactions des exportateurs ;
- Partager avec les exportateurs les risques de prospection infructueuse ;
- Conforter les garanties des banques ;
- Faciliter l'accès au financement aux assurés.

3. 3.3. Le Centre National du Commerce Extérieur (CNCE)

Le CNCE⁵⁷, créé par le Décret 2-93-415 du 2 Juillet 1993 portant application de la loi relative au commerce extérieur, a été constitué en Juillet 1996. Composé de 70 membres représentant les secteurs public et privé, le CNCE est chargé de :

- Formuler des avis consultatifs sur toute matière concernant les relations commerciales extérieures ;
- Emettre des suggestions de nature à renforcer la compétitivité des produits et services sur les marchés étrangers.
- Etablir un rapport annuel qui fait ressortir son appréciation sur l'évolution des échanges commerciaux et le comportement des importations et des exportations au regard de l'environnement national et international ;
- Décerner chaque année des prix nationaux d'exportation aux entreprises les plus méritantes au vu de leurs performances commerciales sur les marchés étrangers.

⁵⁶ Tiré du lien web : <http://www.smaex.com/>. Consulté le 19/03/2019.

⁵⁷ Tiré du site : www.ma.eulerhermes.com/fr/. Consulté le 19/03/2019.

3.3.4. L'Établissement Autonome de Contrôle et de Coordination des Exportations (EACCE)

L'Établissement⁵⁸ de Contrôle et de Coordination des Exportations est chargé principalement de:

- Garantir la conformité des produits alimentaires marocains destinés à l'exportation aux exigences réglementaires des marchés internationaux et de s'assurer du bon respect de toutes les dispositions obligatoires liées au risque de la santé humaine,
- Coordonner l'activité d'exportation des produits soumis à son contrôle technique par une gestion concertée et valorisante des exportations.

3.3.5. La Fédération des Chambres de Commerce et d'Industrie Marocaines (FCCISM)

Groupées⁵⁹ au sein de la Fédération des Chambres de Commerce et d'Industrie de Casablanca, elles informent et assistent les entreprises marocaines en matière de commerce international.

Elles accomplissent en outre, une mission spécifique en matière de délivrance de documents administratifs, tels que les certificats d'origine et les carnets ATA.

Par ailleurs, elles sont souvent en relation avec les chambres de commerce étrangères qui peuvent apporter leur contribution aux exportateurs marocains lors de voyages d'affaires et leur communiquer un certain nombre d'informations utiles.

Il est important de noter qu'en plus des organismes cités plus haut, d'autres intervenants s'efforcent de renforcer la politique nationale des exportations au Maroc. Nous évoquons principalement les ambassades du Maroc à l'étranger.

3.3.6. Le rôle des ambassades

Chargées de la diplomatie économique à l'extérieur du Maroc, le pays compte plusieurs représentations diplomatiques notamment en Afrique. Les ambassades ont des capacités d'intervenir sur place afin de promouvoir l'image du Maroc. Ainsi, certaines d'entre elles sont dotées de conseillers économiques ayant pour principale tâche la défense des intérêts des entreprises marocaines dans les pays d'accréditation. Ces conseillers sont donc

⁵⁸ Tiré du site : www.eacce.org.ma Consulté le 20/03/2019.

⁵⁹ Tiré du site : www.fccism.cci.ma Consulté le 20/03/2019.

Chapitre I : Aperçu sur le commerce extérieur

un acteur central de la stratégie nationale de promotion des exportations, puisqu'ils promeuvent la présence des entreprises marocaines dans ces pays.

Conclusion

Le développement des exportations ainsi que leur diversification demeurent la principale préoccupation de toute politique publique de soutien aux exportations. En effet, ces dernières contribuent à l'intégration de l'économie nationale dans les échanges internationaux, et permettent aux pays exportateurs de tirer profit des opportunités offertes par la mondialisation.

Nous avons pu montrer au cours de ce premier chapitre, d'une part ; la nécessité de développer les exportations et de diversifier leur structure, mettre en exergue les contraintes et les risques que génèrent les exportations et auxquels l'entreprise doit porter une attention particulière si elle souhaite effectivement marquer une présence durable en dehors de son marché d'origine.

Il est cependant évident, que les entreprises en particulier les PME, qui sont sans doute les principaux acteurs de l'ouverture sur l'international, et donc du développement des exportations sont constamment confrontées à de nombreuses difficultés qui nuisent à leur démarche d'exportation.

A cet effet, appuyer ces entreprises dans leur processus d'internationalisation constitue le centre des préconisations que formulent les pouvoirs publics.

En effet, ces derniers s'efforcent de plus en plus de mettre en place des politiques, et les organismes de soutien et les pouvoirs publics sont appelés à s'adapter, à revoir leurs méthodes, et à inviter de nouveaux modes de collaboration afin de renforcer la compétitivité internationale de ces entreprises.

Chapitre II :

**Commerce extérieur et
politiques de soutien aux
exportations Hors
Hydrocarbures en Algérie**

Chapitre II : Présentation de commerce extérieur et la politique de soutien aux exportations Hors Hydrocarbures en Algérie

Introduction

L'importance du commerce extérieure varie en fonction des pays. Certains exportent pour élargir leur marché, ou pour aider certains secteurs de leurs industries ; d'autres sont largement dépendants des échanges internationaux pour l'approvisionnement en biens destinés à la consommation immédiate ou pour leurs revenus en devises. D'autres pays aussi participent au commerce international pour bénéficier des coûts de reviens plus compétitifs aux matières premières, main d'œuvre et fiscalité.

L'Algérie s'est inscrite dans la politique de protectionnisme vis-à-vis des échanges économiques depuis son indépendance. À la fin des années 80, le pays a vécu une transformation radicale de son environnement en raison de son passage de l'économie administrée à l'économie de marché. Cette transformation s'est accentuée par une ouverture internationale, qui offre une opportunité pour le commerce extérieur et aux exportations en particulier.

Les autorités publiques algériennes se sont engagées durant les dernières décennies dans une perspective de développement des exportations hors hydrocarbures, en mettant en œuvre une batterie de mesures afin de soutenir les entreprises exportatrices et celle ayant un potentiel à l'exportation.

Nous allons tenter d'aborder dans ce présent chapitre la présentation de commerce extérieur et la politique de soutien et aux exportations hors hydrocarbures. Ce chapitre sera divisé en trois sections. La première section, intitulée, évolution de commerce extérieur algérien et état des lieux des exportations hors hydrocarbures. La deuxième section, intitulée, politique de soutien et contraintes à l'exportation en Algérie, En fin la troisième section sera consacrée aux facilitations des exportations hors hydrocarbures Algérienne.

Section 01 : Evolution de commerce extérieur algérien et état des lieux des exportations Hors Hydrocarbures

Cette présente section se propose de présenter et d'analyser l'évolution de la structure du commerce extérieur algérien ainsi que la trajectoire contemporaine des exportations hors hydrocarbures algériennes.

Chapitre II : Présentation de commerce extérieur et la politique de soutien aux exportations Hors Hydrocarbures en Algérie

En mettant l'accent sur les principales contraintes qui pèsent sur le développement international des entreprises algériennes, ce qui nous permet de comprendre en quoi est important pour les pouvoirs publics algériens d'asseoir une politique nationale robuste d'exportation, basée essentiellement sur des choix stratégiques importants à faire dans ce domaine.

1. Historique sur l'évolution du commerce extérieur en Algérie

Le commerce extérieur en Algérie a connu des changements importants dictés par le monde de gestion de l'économie nationale. Dans cette partie on va donner un aperçu sur les politiques commerciales en Algérie depuis l'indépendance.

1.1. Après l'indépendance jusqu'au milieu des années 80

L'Algérie a adopté une politique économique visant à limiter la fuite des capitaux vers l'étranger et la maîtrise de la circulation des flux. A ce titre les principales mesures prises sont concentrées sur l'application d'un système de contrôle sur toutes les opérations du commerce extérieur, l'organisation des échanges commerciaux et l'instauration d'une politique tarifaire rigoureuse.

Cette période a connu une croissance exponentielle de l'exportation des hydrocarbures, qui occupe une place considérable aussi bien dans le produit intérieur brut (PIB), que dans l'investissement global et l'importation des biens d'équipement et de consommation.

En 1963, l'Algérie a créé un cadre réglementaire pour la fixation à l'avance des quantités des marchandises importées⁶⁰. Cette politique vise essentiellement à protéger la production nationale (industrialisation pas substitution aux importations), mais elle ne facilitait pas l'importation aux entreprises nationales et bloquait totalement l'accès des entreprises privées au commerce extérieur.

À partir de 1974, l'instauration du programme général d'importation (PGI) relatif à la libéralisation du commerce d'exportation qui fixe les conditions d'exportation et de réexportation des marchandises réalisées à partir du territoire douanier national.

⁶⁰ BRAHIM-S, « La libéralisation du commerce extérieur et l'impératif de l'OMC avec référence au cas de L'Algérie », Mémoire du master université d'Oran 2011-2012, P58.

Chapitre II : Présentation de commerce extérieur et la politique de soutien aux exportations Hors Hydrocarbures en Algérie

Les importations des biens se réalisent sous le couvert des autorisations globales d'importation (AGI) pour les opérations du secteur public, et des licences d'importation pour le secteur privé, ces autorisations globales d'importation étaient délivrées par le ministère du commerce et la liberté d'importation était octroyée par la chambre nationale du commerce.

En 1978, le commerce extérieur est caractérisé par le monopole de l'Etat qui énonce précisément que l'importation et l'exportation des biens, fournitures et services de toutes natures sont du ressort exclusif de l'Etat.⁶¹

1.2. Les années 90

Avant de mettre en place les mécanismes d'une économie de marché, l'Algérie s'est lancée dans des grandes réformes, notamment l'instauration de la liberté des prix, la suppression du monopole du commerce extérieur et l'ouverture du capital de certaines entreprises publiques à des actionnaires privés.

Cette période marque le tournant des politiques commerciales par le rapprochement de l'Algérie aux institutions nationales, et la mise en place d'un plan d'ajustement structurel Imposé par le fonds monétaire international (FMI)⁶², ce programme a permis le rétablissement des équilibres macroéconomiques, l'amélioration des performances en termes de croissance du produit intérieur brut, et le développement du secteur privé qui devient plus dynamique.

Cette période caractérisée par la création de la loi de finance complémentaire de 1990, qui énonce des nouvelles mesures apparaît enfin une réelle volonté d'instaurer la démonopolisation du commerce extérieur, et instaurer les modalités de financement du crédit documentaire. Le programme de libéralisation du commerce extérieur mis en place depuis 1994 s'appuie sur :

- L'élimination de toutes restrictions à l'exportation en dehors des quelques exceptions visant à protéger le patrimoine artistique, archéologique ou historique de l'Algérie ;
- Le principe général de liberté d'importation pour tous les opérateurs économique ;
- La continuité du monopole de l'Etat sur les exportations hors hydrocarbures et des produits mines (les principaux produits exporté sont : le pétrole, le gaz naturel et les produits dériver de pétrole).⁶³

⁶¹ Ministère du Commerce, « bilan des actions du secteur du commerce réalisées durant la période 1962-2012 », Mai 2012, P6.

⁶² ROUANE R, « le marketing direct international au service des exportation algériennes hors hydrocarbure », achevé d'imprimer sur les presses ENG, Réghanaia, Algérie, 2010, p72.

⁶³ DECALUWE-B, COCKBURN-J et VEZINA-S, étude sur le système d'incitation et de protection effective de

Chapitre II : Présentation de commerce extérieur et la politique de soutien aux exportations Hors Hydrocarbures en Algérie

S'agissant des instruments de promotion du commerce extérieur et pour ne pas dépendre exclusivement des hydrocarbures dont les revenus représentent plus de 97% des recettes en devises du pays, ainsi que des fluctuations fréquentes des prix du pétrole sur les marchés internationaux, les pouvoirs publics ont adopté une nouvelle démarche visant la promotion des exportation hors hydrocarbures.

1.3. Les années 2000

À partir des années 2000, la politique commerciale algérienne a apporté plusieurs modifications comme l'abaissement et la simplification des droits des douanes, la libéralisation de la majorité des secteurs (télécommunication, transport, l'énergie, les mines...). Dans cette période l'Algérie est caractérisée par le développement et l'ouverture de ses relations commerciales avec ses principaux partenaires commerciaux, notamment l'Union Européenne, l'objectif de ces accords est de soutenir et d'accompagner le développement économique et social du pays.

En 2003, la politique commerciale a connu des nouvelles modifications, notamment avec la promulgation d'un nouveau cadre législatif d'encadrement du commerce extérieur relatif aux opérations d'importations et d'exportations des marchandises. Ce nouveau cadre insiste sur la liberté d'accès au commerce extérieur des marchandises pour toute personne physique ou morale exerçant une activité économique, comme il prévoit un dispositif de protection de la production nationale en conformité avec les différentes règles de commerce multilatéral.

En 2004, l'Algérie a approuvé la convention de facilitation et de développement des échanges commerciaux entre les Etat arabes, elle a adhéré à la grande zone arabe de libre échange, en janvier 2009.

2. Evolution et structure du commerce extérieur Algérie⁶⁴

La balance commerciale de l'Algérie demeure déficitaire grâce aux revenus que génèrent les exportations hydrocarbures et qui continuent à couvrir les importations du pays. Cependant cette situation n'est pas signe d'une économie solide puisque la croissance

la production en Algérie, in ADE 2001, P08.

⁶⁴ Pour plus d'information, veuillez consulter l'annexe n°01.

Chapitre II : Présentation de commerce extérieur et la politique de soutien aux exportations Hors Hydrocarbures en Algérie

économique n'est pas tirée par des secteurs industriels, agricoles et même tertiaires dynamiques.

En revanche, la primauté du secteur énergétique n'a pas permis la floraison des autres secteurs, ce qui explique d'ailleurs la part insignifiante des exportations hors hydrocarbures dans le total des exportations de l'Algérie.

2.1. Evolution de commerce extérieur en Algérie depuis l'année 2010-2018

Nous allons dans ce qui suit, donner un bref aperçu sur l'évolution de commerce extérieur Algérien durant a période de 2011-2018.

Tableau 6: Evolution de commerce extérieur en Algérie 2010-2018

(En %)

Libellés	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Importations Globale	3.00	16.74	-0.94	8.89	6.00	-12.08	-9.62	-2.40	0.30
Exportations Globale	26.24	28.81	0.67	-8.28	-3.11	-39.91	-16.69	15.78	16.98
Balance commerciales	23.24	12.07	1.61	-17.17	-9.11	-51.99	-26.31	13.38	16.68
Taux de couvertures	143.9	156.1	145.6	119.4	104.2	68.1	63.6	76.9	89.10

Source : Construction personnelle d'après les données de site : www.douane.gov.dz, Consulté le 16/04/2019.

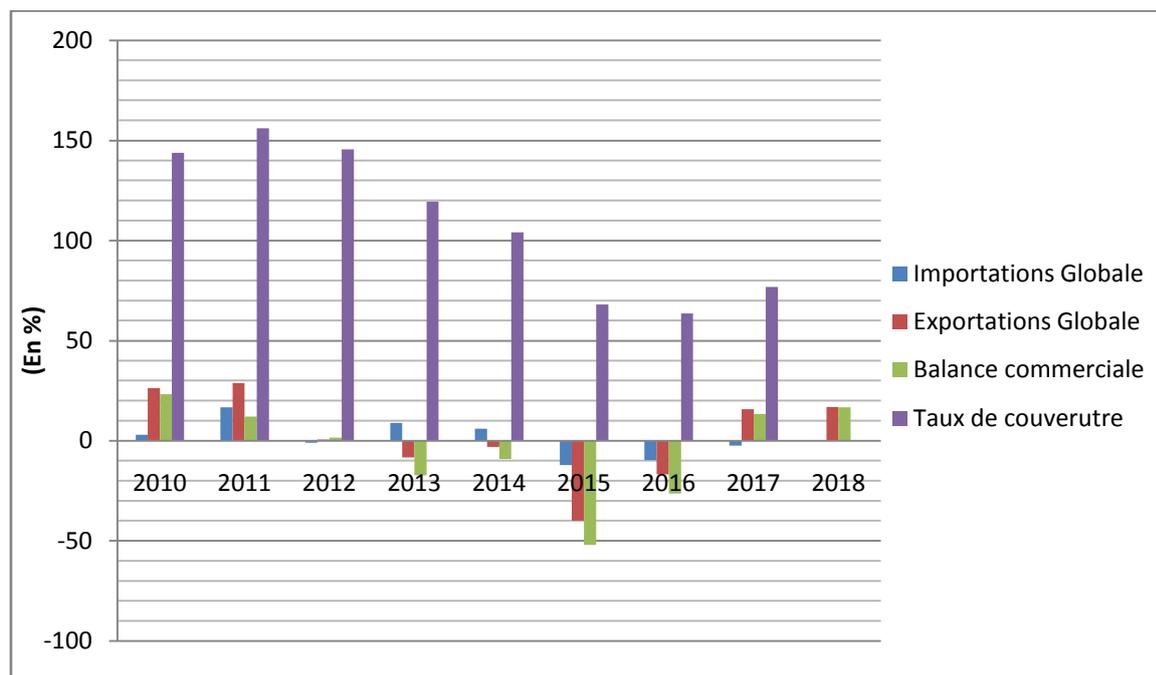
A partir les données statistiques sur le commerce extérieur durant la période de 2001 à 2018, nous essayons de lire l'évolution des exportations et des importations algériennes ; ainsi de déduire le degré d'ouverture de l'économie Algérienne.

Nous avons jugé de prendre la période et de l'analyser, car depuis 2001, il y'avait une lourde demande étranger, et l'Algérie a tout le potentiel d'exporter. Cependant, en analysant les montants réalisés à l'exportation, on trouve que l'Algérie n'a pas profité de cette demande mondiale et qu'elle n'a pas pu exploiter son potentiel malgré cette demande.

Les exportations algériennes de cette période restent fortement dominées par les hydrocarbures, et le pays reste toujours en faible dynamique à l'exportation.

Chapitre II : Présentation de commerce extérieur et la politique de soutien aux exportations Hors Hydrocarbures en Algérie

Figure 3: Evolution de commerce extérieur en Algérie de 2010-2018



Source : Construction personnelle d'après les données de site : www.douane.gov.dz, Consulté le 17/04/2019.

Pour les importations, à partir des années des années 2001 à 2018 en remarque une véritable explosion, cela s'explique, bien sur, par les recettes pétrolières à l'augmentation des prix de pétrole. Cela confirme que l'Etat Algérienne n'a pas fait suffisamment d'effort pour empêcher.

Les chiffres de l'année 2017 et 2018 montre à nouveau visage le volume des importations Algérienne depuis 17 ans, avec un hausse légère qui arrivant jusqu'à 5387655 Millions DA soit plus de 16,98% par apport de résultat de la période de 2017.

2.2. Les exportations Algériennes hors hydrocarbures en 2010 et 2018

L'évolution des exportations hors hydrocarbures algériennes durant la période de 2010-2018 illustre les résultats suivants :

Chapitre II : Présentation de commerce extérieur et la politique de soutien aux exportations Hors Hydrocarbures en Algérie

Tableau 7: Les exportations hors hydrocarbures en Algérie de 2010 à 2018

(EN%)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Alimentation	178.76	12.70	-11.83	27.62	-19.65	-27.55	39.15	6.42	6.55
Energie et lubrifiant	25.83	28.63	0.51	-8.67	-4.47	-40.76	-17.12	16.45	15.26
Produits brut	-44.71	71.28	3.73	-35.12	0.92	-2.75	-20.75	- 13.10	26.03
Demi-produit	52.60	41.67	10.96	5.44	61.18	-20.18	-18.66	4.77	59.01
Bien équipement Agricole	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Bien équipement industrielle	-28.57	16.67	-14.22	-15.63	-46.43	12.50	178.95	37.04	15.38
Bien de consommations	-38.78	-50.00	6.67	-10.53	-41.18	-	63.44	5.26	65.00
Total	26.24	28.81	0.76	-8.28	-3.11	39.19	-16.69	15.78	16.98

Source : Construction personnelle d'après la donnée consultée de site : www.douane.gov.dz consulté le 17/04/2019.

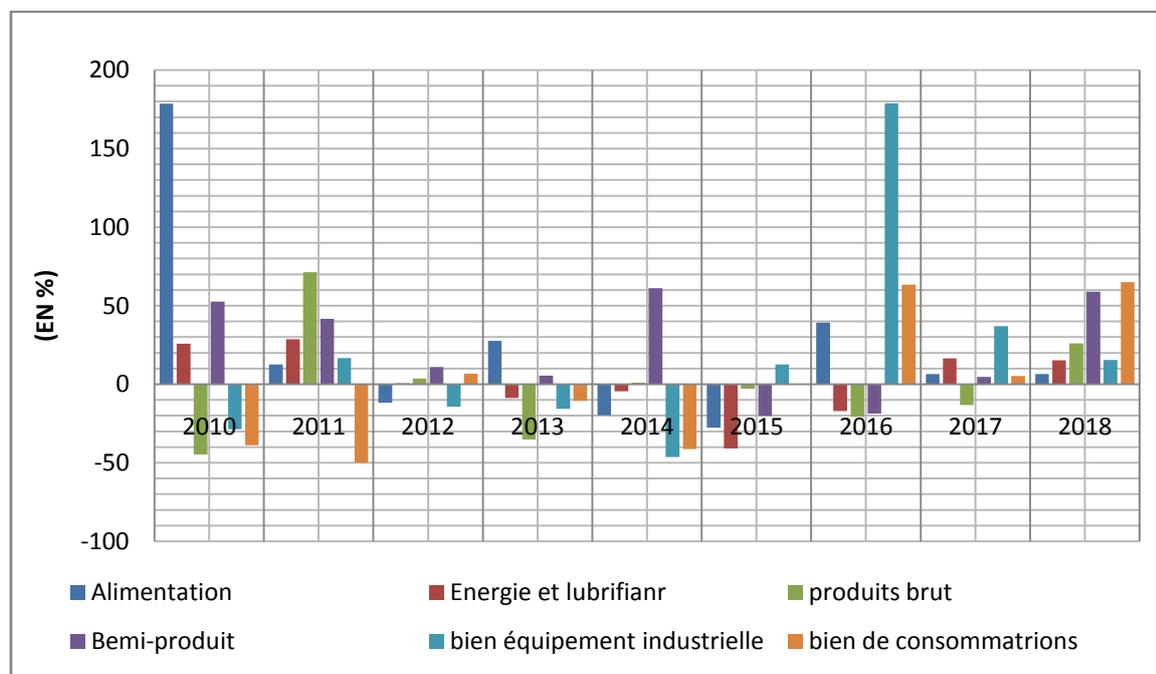
Les statistiques fournis par le site montrent que la structure des exportations hors hydrocarbure des Années 2017 et 2018 restes toujours marginales, avec seulement 6,87% du volume globale des exportations soit l'équivalent de 2.83 Milliards de Dollars US, sont enregistré une augmentation de 46,63% par rapport a l'année 2017.

Les groupes de produits exportés en dehors des hydrocarbures sont constitués essentiellement par des demis produits qui représentent une part de 5,45% du volume global des exportations soir l'équivalent de 2.24 Milliards de Dollars US, des biens alimentaires avec une part de près de 0.91%, soit 373 millions de Dollars, des biens d'équipement industriels avec une part de 0.22%, soit en valeur absolue de 90millions de Dollars US et enfin des produits bruts et des biens de consommation non alimentaires avec les parts respectives de 0.22% et 0.08%.

Chapitre II : Présentation de commerce extérieur et la politique de soutien aux exportations Hors Hydrocarbures en Algérie

Ces statistiques nous montrent la fragilité de nos exportations hors hydrocarbures, qui n'arrivent toujours pas à ce positionner à l'international d'une manière stable, durable, et de répandre a la variété de la demande mondiale, en diversifiant nos exportations.

Figure 4: Evolution des exportations hors hydrocarbures en Algérie



Source : Construction personnelle d'après les données de site : www.douane.gov.dz, Consulté le 18/04/2019.

2.3. Les principaux secteurs exportateurs et clients de l'Algérie

Plusieurs exportateurs interviennent dans les opérations d'exportations en Algérie dans les différents secteurs, les exportations algériennes sont destinées à plusieurs pays.

2.3.1. Les principaux produits hors hydrocarbures exportés de 2017 et 2018

Le Tableau 08 représente l'essentiel des produits hors hydrocarbures exportés à l'étranger durant la période de 2017 et 2018 :

Chapitre II : Présentation de commerce extérieur et la politique de soutien aux exportations Hors Hydrocarbures en Algérie

Tableau 8: Les principaux produits hors hydrocarbures exportés 2017 et 2018
Valeurs en Millions USD

Principaux Produit	Année 2017		Année 2018		Evolution(%)
	Valeurs	Struc %	Valeurs	Struc %	
Engrais minéraux ou chimique azotes	327.04	16.95	917.47	32.42	180.54
Huiles et autres produits provenant de la distillation des goudrons	561.24	29.08	613.63	21.68	9.33
Ammoniacs anhydres	341.95	17.72	446.75	15.79	30.65
Sucre de canne ou de betterave	225.46	11.68	233.03	8.23	3.36
Dattes	52.37	2.71	64.19	2.27	22.57
Phosphate de calcium	55.13	2.86	50.95	1.80	-7.58
Hydrogène, gaz rares	27.46	1.42	37.80	1.34	37.65
Glace en plaque ou en feuilles	25.42	1.32	33.06	1.17	-
Machines à laver le linge	33.78	1.75	27.12	0.96	-19.72
Ciments	0.63	0.03	24.93	0.88	0.00
Sous Total	1650	85.52	2449	86.53	48.38
Total des exportations H.H	1930	100	2830	100	46.63

Source : construction personnelle d'après les données de site : www.douane.gov.dz. Consulté le 18/04/2019.

Les hydrocarbures ont représenté l'essentiel des exportations à l'étranger durant l'année 2018 avec une part de 93,13% du volume global des exportations, et une hausse de 15,26% par rapport à l'année 2017.

Les exportations «hors hydrocarbures», qui restent toujours marginales, avec seulement 6,87% du volume global des exportations soit l'équivalent de 2,83 milliards de Dollars US, ont enregistré une augmentation de 46,63% par rapport à l'année 2017.

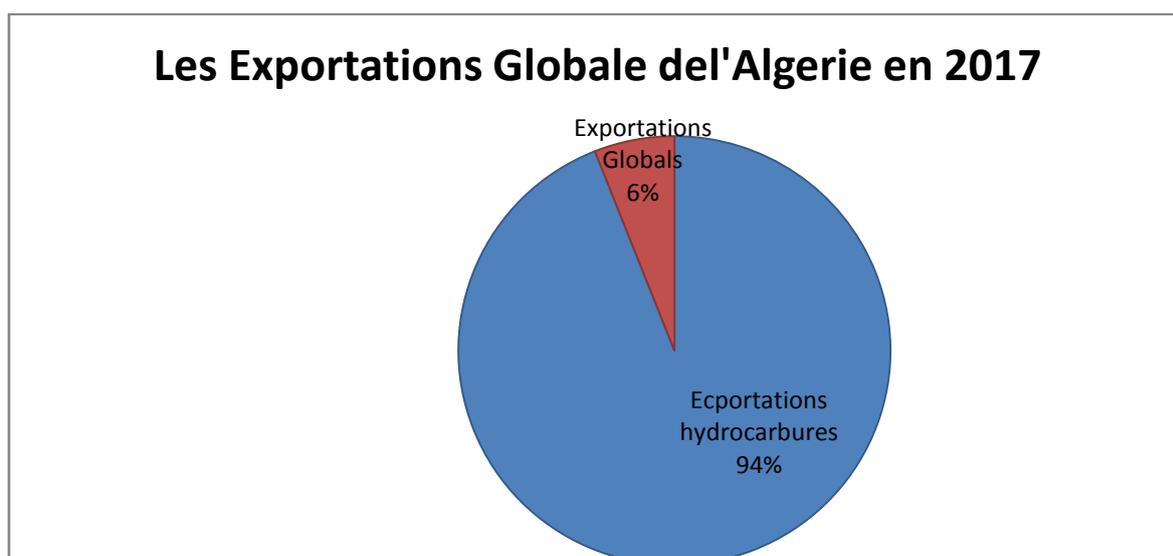
Les groupes de produits exportés en dehors des hydrocarbures sont constitués essentiellement par des demi-produits qui représentent une part de 5,45% du volume global des exportations soit l'équivalent de 2,24 milliards de Dollars US, des biens alimentaires avec une part de près de 0,91%, soit 373 millions de Dollars US, des biens d'équipements

Chapitre II : Présentation de commerce extérieur et la politique de soutien aux exportations Hors Hydrocarbures en Algérie

industriels avec une part de 0,22%, soit en valeur absolue de 90millions de Dollars US et enfin des produits bruts et des biens de consommation non alimentaires avec les parts respectives de 0,22% et 0,08%.⁶⁵

Ainsi la répartition des exportations Algérienne d'après les statistiques donnes de l'office national des statistiques (ONS) en 2017, nous illustrons la figure suivante :

Figure 5: La répartition des exportations Algériennes en 2017



Source : Construction personnelle d'après des données de l'office nationale des statistiques (ONS) : "évolution des échanges extérieure de marchandises de 2012 à 2017", Alger, décembre 2018, page 62.

On constate que l'écart entre les exportations hors hydrocarbures et les exportations des hydrocarbures se creusent plus en plus, ce qui prouve que l'Algérie se base, en premier lieu pour couvrir ses importations, par ces ressources naturelles .D'après ce graphe ,la balance commerciale demeure dépendante clairement de ces matières premières et de la conjuncture des prix internationaux du pétrole, de ce fait, le niveau des exportations hors hydrocarbures est marqué faiblement car le total des exportations est presque celui des hydrocarbures.

Dans ce qui suit, nous allons nous intéresser aux principaux clients de l'Algérie en matière d'exportations hors hydrocarbures.

⁶⁵ Statistique tiré du rapport de la direction générale des douanes sur le commerce extérieure de l'Algérie pour la période de l'année 2018.

Chapitre II : Présentation de commerce extérieur et la politique de soutien aux exportations Hors Hydrocarbures en Algérie

2.3.2. Les principaux clients de l'Algérie

Les produits algériens destinés à l'exportation sont demandés par plusieurs pays, ce tableau suivant représente les principaux clients de l'Algérie durant l'année 2018

Tableau 9: Les principaux clients de l'Algérie en 2018⁶⁶

Valeurs en Millions USD

Principaux clients	Valeurs	Structure(%)	Evolution(%)
Italie	6127	14.88	8.69
Espagne	5002	12.15	21.73
France	4631	11.25	4.37
Etats-Unis d'Amérique	3857	9.37	11.06
Grande Bretagne	2771	6.73	72.33
Turquie	2318	5.63	25.98
Pays-Bas	2250	5.47	18.05
Brésil	2248	5.46	5.49
Inde	1622	3.94	85.80
Chine	1311	3.18	89.18
Rep. De Corée Du Sud	1264	3.07	41.55
Belgique	1225	2.98	32.86
Portugal	1111	2.70	16.09
Tunisie	952	2.31	26.26
Maroc	653	1.59	45.76
Sous Total	37342	90.71	
Total Général	41168	100%	

Source : Construction personnelle d'après les données de la Douane Algérienne de site [http : www.douane.gov.dz](http://www.douane.gov.dz) Consulté le 18/04/2019.

En ce qui concerne la répartition par région économique au cours de l'année 2018, ce Tableaux montre l'essentiel des échanges extérieurs.

En effet, les pays de l'OCDE et l'UE occupent la part la plus importante avec près de 74.34% de nos exportations Algériennes, dont l'UE occupe une part de 57,46% et les pays l'OCDE viennent en

⁶⁶ Rapport de la Direction Générale Des Douanes Algérienne sur le Commerce Extérieure, Année 2018, p.17.

Chapitre II : Présentation de commerce extérieur et la politique de soutien aux exportations Hors Hydrocarbures en Algérie

deuxième position avec une part de 16.88 des exportations. Le reste des échanges s'effectue avec les autres pays de l'Europe hors UE et OCDE les pays de l'Asie, les pays de Maghreb et les pays Arabe.

En 2018 la zone de l'UE manque principalement par l'Italie en premier rang avec un taux plus de 13.26% de nos vente à l'étranger, suivi par l'Espagne de 10.83% et la France de 10.02%. En deuxième position, l'essentiel des échanges commerciaux de l'Algérie se réalise avec les Etats Unis d'Amérique et Turquie avec des taux respectifs de 9.37% et 5.63% des les exportations..

2.4. Évolution du commerce extérieur Algérien durant les deux premiers mois de 2019

Le commerce extérieur algérien a enregistré au cours des deux premiers mois de l'année 2019 :

Un volume global des importations de 7.32 milliards de dollars américain, soit une légère baisse, près de 2.90% par rapport au résultat des deux premiers mois l'année 2018⁶⁷, et un volume global des exportations de 7.63milliards du Dollars Américain, en enregistrant ainsi une augmentation de11.14% par rapport aux résultats de même période de l'année 2018.

Cela s'est traduit par un excédent de la balance commerciale durant la période des deux premiers mois de 2019 de l'ordre de 3.13 millions USD, alors qu'il été ait de l'ordre de 6.71 milliards USD durant les deux premiers mois de 2018.

Tableau 10: Evolution de la balance commerciale en Algérie

Valeur en Million USD

	02 premier mois 2018	02 premiers mois 2019	
	USD	USD	Evolution(%)
Importations	7541	7322	-2.50
Exportations	6870	7635	11.14
Balance Commercial	-671	313	
Taux de Couverture	91	104	

Source : Construction personnelle d'après les données tirées de site [http : www.douane.gov.dz](http://www.douane.gov.dz). Consulté le 19/04/2019.

⁶⁷ Statistique tirés du rapport de la direction générale des douanes sur le commerce extérieur de l'Algérie pour la période des deux mois de l'année 2019.

Chapitre II : Présentation de commerce extérieur et la politique de soutien aux exportations Hors Hydrocarbures en Algérie

Au cours des deux premiers mois de l'année 2019, nous avons remarqués que les exportations ont été augmentées, ce qui est un bon signe pour l'Algérie, mais nous avons pu remarquer malheureusement que cette augmentation a connu ses origines dans les prix du pétrole.

3. Les exportations hors hydrocarbures en Algérie :

Une analyse générale sur les exportations hors hydrocarbures algériennes fait ressortir deux principales caractéristiques :-

- En plus de la diversification des produits exportés et de leurs destinations, les exportations sont marquées par la montée du secteur privé depuis maintenant le début des années 90 ;
- Ainsi, beaucoup de marchés ont ouvert leurs frontières, ce qui constitue un marché de plus en plus large pour les entreprises qui s'ouvrent sur l'international.

Cependant, parallèlement à ces éléments en faveur des exportations algériennes, ces dernières souffrent toujours de l'absence de continuité dans le temps. En effet, l'apparition de flux vers certains pays, n'est que sporadique ; elles ne durent pas dans le temps.

Il est ainsi important de noter que les exportations hors hydrocarbures pourraient croître assez rapidement mais cela à condition que certains obstacles soient levés. Les performances réalisées par certains pays voisins (ceux du bassin méditerranéen), constituent un véritable indicateur du potentiel en matière d'exportation, qui reste à exploiter par l'Algérie.

En effet, les performances auxquelles sont parvenus ces pays ont été résultats de leur orientation précoce vers l'exportation, notamment à travers la mise en place d'un ensemble de dispositifs qui permettent l'accompagnement des entreprises dans le cadre de leur internationalisation. Il s'agit entre autres des zones franches d'exportation et de la mise en œuvre des opportunités offertes par les accords de coopération permettant aux entreprises d'accéder aux marchés internationaux.

En outre, le coût de la main d'œuvre algérienne y compris celle qui est qualifiée, peut constituer un facteur de compétitivité des entreprises nationales dans leur quête d'internationalisation.

Mais, il est très important pour comprendre pourquoi les entreprises algériennes enregistrent de faibles performances à l'exportation. Pour se faire, nous allons tenter dans les

Chapitre II : Présentation de commerce extérieur et la politique de soutien aux exportations Hors Hydrocarbures en Algérie

développements qui suivent d'identifier les principaux obstacles qui freinent et souvent découragent les exportateurs réels mais aussi potentiels.

Section 02 : La politique de soutien et contraintes liées a l'exportation en Algérie :

Comme tous les autres pays, l'Algérie a mis en place plusieurs organismes publics dans le cadre de sa politique commerciale. Ces derniers ont non seulement pour objectif la promotion du commerce extérieur algérien, mais également d'asseoir une réelle politique de soutien aux exportations hors hydrocarbures. Il constitue au véritable défi qu'il faut relever, en offrant aux entreprises nationales un meilleur accompagnement dans leur processus d'exportation.

Par ailleurs, 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.

2.1. Les organismes d'appui aux exportations hors hydrocarbures

Dans le but d'améliorer la situation et de développer l'environnement des activités économiques, les pouvoirs publics ont mis en place des dispositifs afin de promouvoir les exportations hors hydrocarbures, à savoir : la CAGEX, la CACI, la SAFEX, le FSPE et le Couloir Vert.

2.1.1. La Compagnie Algérienne D'assurance et de Garantie des Exportations (CAGEX)

A- 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 exportations¹. Elle est chargée de la couverture des risques à l'exportation, de la garantie de paiement en cas de

Chapitre II : Présentation de commerce extérieur et la politique de soutien aux exportations Hors Hydrocarbures en Algérie

défaillance de l'acheteur (risques commerciaux et risques politiques : insolvabilité, guerres, etc.)⁶⁸.

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 confié à une société chargée d'assurer⁶⁹.

- 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 SPA dotée d'un capital de 450.000.000 DA, réparti, à parts égales, entre ses actionnaires (cinq Banques et cinq Compagnies d'Assurances).

Tableau 11 : 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 Central de Réassurance)
BNA (Banque National d'Algérie)	CNMA (Caisse National de Mutualité Agricole)
CPA (Crédit Populaire d'Algérie)	SAA (Société National d'Assurance)

Source : Site de la Compagnie Algérienne de Garantie des Exportations : www.cagex.dz (Consulté le 20/04/2019).

B- 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.

⁶⁸ Tiré du site : www.cagex.dz. Consulté le 20/04/2019

Chapitre II : Présentation de commerce extérieur et la politique de soutien aux exportations Hors Hydrocarbures en Algérie

C- Les activités de CAGEX

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

D- 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.⁷⁰

- Les risques commerciaux ne touchent pas uniquement les expéditions à destinations 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 du à l'inexécution des clauses et de condition du contrat. Les principaux types de risques politiques sont les risques relatifs aux interventions des pouvoirs publics de pays importateurs qui empêchent que l'explorateur étranger soit payé, en interdisant par exemple l'exportation de devises étranger.

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 public est nécessaire.

2.1.2. L'Agence National de Promotion du Commerce Extérieure (ALGEX)

L'ALGEX est un établissement public à caractère administratif sous la tutelle du ministère du commerce créé par le décret exécutif n°04-174 du 12 juin 2004 en remplacement de la PROMEX.

⁷⁰ Idem

Chapitre II : Présentation de commerce extérieur et la politique de soutien aux exportations Hors Hydrocarbures en Algérie

Sa création est venue pour apporter, un support aux exportations hors hydrocarbures. Elle est chargée de contribuer aux efforts de promotion du produit algérien et de diversification des exportations⁷¹.

L'ALGEX a pour mission de⁷² :

- Participer au développement de la stratégie de promotion du commerce extérieure et contribuer à la mise en œuvre de la politique national des échanges commerciaux ;
- Assurer la vulgarisation et la disponibilité d'information commerciales, économiques, réglementaires et technique nécessaires à la conduite des opérations de commerce extérieures ;
- Assister les opérateurs économique algériens dans la promotion et le placement de leurs produits sur les marchés extérieurs ;
- Identifier des débouchés à l'export et diffuser les opportunités d'exportation et de partenariat, notamment sur les réseaux spécialisés d'informations commerciales ;
- Constituer et gérer un réseau d'informations commerciales et de base de données au service des intervenants du commerce extérieur et destinées également à recenser les exportateurs, leurs capacités d'exportation ainsi que leurs contraintes ;
- Orienter et informer les exportateurs dans le cadre d'une cellule d'écoute ;
- Accompagner et apporter l'assistance et le conseil aux exportateurs à l'occasion de leur participation aux foires et expositions organisées à l'étranger ;
- Mettre à la disposition des usagers du commerce extérieur un fonds documentaire en matière de commerce international ;
- Concevoir et diffuser toutes publications et notes de conjonctures en matière de commerce international, à l'intention des entreprises et administrations.

Toutefois, cet organisme qui est censé apporter un meilleur soutien aux exportateurs algériens est loin d'être l'accompagnateur privilégié de ceux-ci. En effet, ces derniers reprochent à cet acteur public de ne pas fournir les informations dont ils ont besoin pour pénétrer un marché étranger (informations économiques et réglementaires, études, conseil, opportunités d'affaires). Pourtant, l'organisation d'ALGEX par pôles de compétences, comporte un pôle d'intelligence économique extérieur chargé de fournir l'ensemble des éléments précédents.

⁷¹Tiré du site : <http://www.Algex.dz>. Consulté 20/04/2019.

⁷²Rouane Rafik, Op-cit. pp. 76-77.

Chapitre II : Présentation de commerce extérieur et la politique de soutien aux exportations Hors Hydrocarbures en Algérie

2.1.3. 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 industrie.

Elle prend en charge les intérêts professionnels des milieux d'affaires en concertation avec les pouvoirs publics.

Elle a plusieurs missions⁷³ :

- 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'actions⁷⁴ :

- 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.) ;

⁷³ Tiré du site web de la Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie : www.caci.dz. (Consulté le 21/04/2019).

⁷⁴ Brahim GUENDOUZI, «L'information commerciale, facteur de promotion du commerce extérieur », Papier de Recherche, Université de T P.7.

Chapitre II : Présentation de commerce extérieur et la politique de soutien aux exportations Hors Hydrocarbures en Algérie

- 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 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.

2.1.4. Fonds Spécial pour la Promotion des Exportations hors hydrocarbures (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, à travers les rubriques suivantes :

- **Au titre des frais de transport à l'exportation**

Le fonds participe au financement des frais de transport. Ainsi, il prend en charge (25%) des frais de transport sur chaque opération d'exportation. Un taux uniforme pour toutes les destinations et tous les produits sauf pour les dattes (80%) et ce, pour toutes destinations de ce produit. A cette aide font exception, les déchets, des produits de récupération ainsi que des peaux brutes, préparées ou semi-finies qui ne sont pas éligibles à l'aide de l'Etat en matière de transport, et de toute marchandise exportée dans le cadre d'un accord intergouvernemental de remboursement de la dette⁷⁵.

- **Au titre de participation des entreprises algériennes aux foires et expositions**

Pour faire connaître les produits algériens au niveau international et dans le but de promouvoir les exportations hors hydrocarbures, le ministère du Commerce organise des foires à l'étranger et programmes de participations officielles de l'Algérie aux foires

⁷⁵ Voir le site officiel de l'ALGEX. « www.algex.dz ».

Chapitre II : Présentation de commerce extérieur et la politique de soutien aux exportations Hors Hydrocarbures en Algérie

internationales et aux expositions spécifiques des produits algériens organisées dans certains pays.

Le FSPE couvre les frais de participation des entreprises algériennes aux foires et expositions, que ce soit à l'étranger ou au niveau national avec des taux différents pour chaque participation.

2.1.5. La Société Algérienne des Foires et Exportations (SAFEX)

(Safex - SPA) est une entreprise publique issue de la transformation de l'objet social et de la dénomination de l'Office National des Foires et Expositions (ONAFEX), créé en 1971.

Dans le cadre de ses missions statutaires, la SAFEX exerce ses activités dans les domaines suivants⁷⁶ :

- Organisation des foires, salons spécialisés et expositions, à caractère national, international, local et régional.
- Organisation de la participation algérienne aux foires et expositions à l'étranger.
- Assistance aux opérateurs économiques en matière de commerce international;
- Organisation de rencontres professionnelles, séminaires et conférences...
- Gestion et exploitation des infrastructures et structures du Palais des Expositions.
- Assistance aux opérateurs économiques en matière de commerce international, au

moyen :

- De l'information sur la réglementation du commerce international;
- Des opportunités d'affaires avec l'étranger;
- De la mise en relation d'affaires;
- Des procédures à l'exportation;
- De l'édition de revues économiques et catalogues commerciaux.
- De l'organisation de rencontres professionnelles, séminaires et conférences...
- Gestion et exploitation des infrastructures et structures du Palais des Expositions

En ce qui concerne les prestations, la Safex dispose :

- D'un centre de l'exposant qui regroupe des différents services indispensables. Ce centre accompagne l'exposant à chaque étape de leur participation. Les services sont disponibles au guichet unique ainsi qu'auprès des services d'intervenants plus ;

⁷⁶ Tiré du site : www.safex-algerie.com. Consulté le 21/04/2019

Chapitre II : Présentation de commerce extérieur et la politique de soutien aux exportations Hors Hydrocarbures en Algérie

- D'un palais des expositions est 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 toutes doléances de la part des exposants et qui inclut le dispositif de proximité et le dispositif de veille technique ;
- 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 satisfaits⁷⁷.

2.1.6. Association Nationale des Exportateurs Algériens (ANEXAL)

Créée le 10 juin 2001, l'ANEXAL (Association Nationale des Exportateurs Algériennes) est une association régie par la loi N°90/31 du 24 décembre 1990 ainsi que par ses statuts particuliers. L'ANEXAL a pour principaux objectifs⁷⁸ :

- Fédérer et défendre les intérêts matériels et moraux exportateurs algériens ;
- 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 ;

L'anexal a signé plusieurs protocoles de partenariats tels que celui du 07 Mai 2003 avec le North Africa Entreprise Développement(NAED) qui est un programme d'appui initié et géré par la Société Financière International (SFI) filiale du groupe Banque Mondiale. Elle a signé aussi d'autres protocoles avec les pays voisins (le Maroc et la Tunisie) pour une durée de trois ans renouvelables.

2.1.7. Le couloir vert

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

⁷⁷ ECOtechnics, « Diagnostic sur les exportations hors hydrocarbures », étude réalisée par ECOtechnics pour ANEXAL, financée par NAED (SFI). Rapport final de la première phase février 2004, p. 20.

⁷⁸ Tiré du site web: www.exportateur-algerie.org. Consulté le 21/04/2019.

Chapitre II : Présentation de commerce extérieur et la politique de soutien aux exportations Hors Hydrocarbures en Algérie

étendue à terme aux autres exportations de produits périssables : produits agricoles frais et produits de la pêche⁷⁹.

2.1.8. Dispositif bancaire de couverture de risque de change

Le dispositif de couverture du risque de change⁸⁰ est entré dans sa phase opérationnelle, depuis le 02 janvier 2018. Ce dispositif est consacré par la promulgation d'une série de textes réglementaires en l'occurrence le règlement n° 17/01 du 10/07/2017 et de l'instauration n° 06/2017 du 26/11/2017 portant organisation et fonctionnement du marché interbancaire des changes.

S'inscrivant dans la poursuite du processus de réformes et de modernisation de la réglementation des changes, la mise en œuvre de ce dispositif a fait l'objet d'une importante vulgarisation et des actions de formation, au niveau de la place bancaire et financière et jalonné par une série de réunion incluant l'ensemble de la place bancaire sous l'égide de la banque d'Algérie.

Désormais, les entreprises peuvent s'adresser à leur banques pour se prémunir contre le risque de change qu'induisent les fluctuations des taux de change des devises de facturation et de paiement de leurs importations de biens d'équipements dans le cadre de l'investissement productif, de produits semi-finis ou de matières première destinés, à la production nationale, ainsi que les opérations de revente en l'état n'étant pas éligibles à ce dispositif.

Dans une première phase, la couverture du risque repose sur deux types d'instruments :

- Les opérations de change à terme classique qui permettent aux opérateurs économique d'acheter les devises à terme à des cours de change à terme fixés lors de la conclusion de la transaction de couverture.
- A l'échéance de l'opération de change à terme classique, le client reçoit les devises et verse à sa banque l'équivalent en dinars.
- Les achats au comptant de devises livrables à terme :

Cette catégorie d'instruments est réservée à la clientèle disposant immédiatement d'une ressource propre en monnaie nationale.

⁷⁹ Ati Takarli, les exportations hors hydrocarbures Algérienne, Paris, 2008, p. 7.

⁸⁰ Tiré du site : <https://www.bank-of-algeria.dz> consulté le 21/04/2019.

Chapitre II : Présentation de commerce extérieur et la politique de soutien aux exportations Hors Hydrocarbures en Algérie

En concluant une telle transaction, le client achète au près de sa banque au compte les devises qu'il doit décaisser à une date future. Dans ce cadre, il est amené à livrer immédiatement à sa banque les dinars devant servir à l'achat des devises.

Après leur achat au comptant,, ces devises sont ensuite placés pour son compte sur le marché interbancaire des changes et lui sont livrés à la date de paiement du fournisseur.

En utilisent les instruments de couverture contre le risque de change ; les opérateurs économiques se protègent contre les effets de la volatilité sur le marchés échanges ;ce qui leurs permet d'établir des projections de trésorerie faibles et de préserver les profils de rentabilité de ces fluctuations.

2.2. Les principaux accords le l'Algérie dans le cadre de création de zones de libre échange

L'économie algérienne a connu d'importantes difficultés dans les années 80, le contre choc pétrolier de 1986, et le déséquilibre social suivi par l'effondrement de l'URSS au début des années 90 ce qui a poussé les autorités algériennes à engager des réformes structurelles (PAS), c'est-a-dire : le passage à une économie de marché, ainsi qu'une ouverture exigée par le FMI qui a été renforcé par les accords d'associations pour encourager ces échanges et favoriser cette ouverture.

Nous allons essentiellement nous intéresser dans ce qui suit à l'accord de libre échange avec l'Union Européenne, puis à celui que l'Algérie a passé avec les pays arabes dans le cadre de la grande zone de libre échange.

2.2.1. Les accords de l'Algérie avec l'union européenne

L'Accord d'association Algérie- UE signé à Valence (Espagne) en avril 2002, devrait aboutir à la mise en place d'une zone de libre-échange à l'horizon 2020 (au lieu de 2017, suite à la révision de l'accord). Cet accord peut peut-être positif pour l'Algérie, si la production nationale est diversifiée et si, elle est concurrentielle, en termes de qualité et de prix.

Cette accord 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 partagée»⁸¹. Celui-ci, ne se limite pas uniquement à la création d'une zone de libre-échange mais intègre aussi bien les aspects économiques (volet commercial, coopération économique et financière,

⁸¹ Article de l'accord tiré du site : www.minicommerce.gov.dz.

Chapitre II : Présentation de commerce extérieur et la politique de soutien aux exportations Hors Hydrocarbures en Algérie

investissements) que les dimensions politiques, sociales et culturelles nécessaires pour un développement durable.

L'Accord d'association est entré en vigueur le 1er septembre 2005, et sa mise en œuvre n'a rencontré aucune difficulté majeure en raison de la bonne préparation par le Gouvernement de ce dossier à travers la mise en place d'un Comité permanent chargé de la préparation et du suivi de la mise en œuvre de cet accord (pilote par le Ministère des Affaires Étrangères)⁸².

Les principaux objectifs de cet accord sont les suivants :

- Fournir un cadre approprié au dialogue politique permettant aux deux parties de coopérer dans tous les domaines qu'elles estimeront pertinents ;
- Développer les échanges et fixer les conditions de la libéralisation progressive des échanges de biens, de services et de capitaux ;
- Favoriser les échanges des ressources humaines notamment dans le cadre des procédures administratives ;
- Promouvoir la coopération dans les domaines économique, social et culturel.

2.2.2. L'accords de libre échange avec la Jordanie

Entré en vigueur depuis 2000 pour prévoir une exonération totale de droits de douane à l'exportation et à l'importation sauf pour une liste négative de produits. Donc, les exportations Algériens HH souffrent de deux difficultés principales ; une offre insuffisante de produits et un manque d'expertise dans les métiers de l'exportation⁸³.

En effet, malgré le faible pourcentage d'exportation HH, il convient de rappeler que celles-ci progressent régulièrement et que les produits exportés se diversifient en fonction des pays destinataires. Différents aides ont été obtenus à travers différents accords internationaux à commencer par l'UE, le projet OPTIMEXPORT... etc. en plus des différentes institutions nationales comme la CAGEX, PROMEX, FSPE...etc. Tout ceci pour encourager et promouvoir les exportations Algériennes HH.

Sur le plan du commerce extérieur, l'Algérie demeure considérablement dépendante des hydrocarbures. Depuis plusieurs années, ceux-ci ont régulièrement représenté 93% des exportations totales du pays. Une part signifiante pour les exportations hors hydrocarbures de

⁸²Tiré du site : www.mincommerce.gov.dz

⁸³ République Algérienne Démocratique et Populaire Ministère du Commerce : « les exportations hors hydrocarbures algériennes », 2008, P08.

Chapitre II : Présentation de commerce extérieur et la politique de soutien aux exportations Hors Hydrocarbures en Algérie

2 à 3% du volume globale des exportations. Dans le but de diversifier ses exportations, l'Algérie a mis en place des mesures d'incitation à l'exportation en hors hydrocarbures, tel que la création des instituts de promotion des exportations (CAGEX, ALGEX, FSPE).

2.2.3 .L'adhésion à la Zone Arabe de Libre Echange (GZALE)

La GZALE entrée en vigueur au début de l'année 2005, est une alliance économique entre pays arabes pour une complémentarité économique et des échanges commerciaux. Elle a été ratifiée par l'Algérie par le décret présidentiel N° 04-223- du 03 Août 2004 et Mise en vigueur le 1er Janvier 2009⁸⁴.

Le programme exécutif de cette convention est appliqué 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.

Les statistiques liées au aux échanges de l'Algérie avec la Grande Zone Arabe de Libre Echange montrent que notre pays importe plus qu'il n'exporte vers cette zone.

En effet, les importations algériennes en provenance de la GZALE ont totalisé 538 millions de dollars de dollars au premier trimestre 2012. Les importations bénéficiant de l'avantage préférentiel, représentant un taux de 67 % du total des importations, ont enregistré 363 millions, contre 308 millions dollars au premier trimestre 2011. S'agissant des produits importés qui ne bénéficient pas de l'avantage préférentiel, ils totalisent 175 millions de dollars, soit 33%des importations depuis cette zone.

Le volume des exportations hors hydrocarbures durant le premier trimestre 2012 était de 33 millions de dollars alors qu'il était de 65 millions dollars durant la même période de l'année 2011, soit une régression de 48 %.⁸⁵

Il est à signaler qu'en 2011, une liste négative de 1260 produits ont été interdits à l'importation. Le chiffre à l'appui, le CNIS confirme : l'adhésion de l'Algérie à la ZALE a coûté au pays une perte de 10,4 milliards de dinars en raison de franchise de droits de douane et des taxes⁸⁶.C'est ce qui a d'ailleurs conduit le gouvernement algérien à décider la révision de cette liste transmise à la ligue des Etats arabes, et ce en prévision des négociations relatives à cette dernière.

⁸⁴ Tiré du site : www.minicommerce.gov.dz. Consulté le 21/04/2019.

⁸⁵ Algex, « L'impact de accord de libre échange sur les échanges de l'Algérie avec la grande zone arabe de libre échange-1er semestre 2010 », Août 2010, p. 13.

⁸⁶ BOUHACI Fatima, « Accès au marché international : les européens restreints, les arabes lointains », Revue de l'Éco n° 51/ du 1er au 15 octobre 2012, Alger, p. 53.

Chapitre II : Présentation de commerce extérieur et la politique de soutien aux exportations Hors Hydrocarbures en Algérie

2.2.4. Les autres accords commerciaux

L'Algérie a conclu d'autres accords avec plusieurs pays dans le but de promouvoir leurs échanges commerciaux⁸⁷.

- **La 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.

- **La 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.

- **Le Maroc**

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

- **Conventions dans le cadre de l'accord de l'UMA**

L'Algérie a ratifié, le 1er avril 1989, le traité portant création de l'Union du Maghreb Arabe (UMA). Ainsi, l'Algérie a ratifié la convention commerciale et tarifaire le 21 avril 1992, et la convention relative à l'échange de produits agricoles en juillet 1990. Bien que ces deux types de conventions soient une étape importante vers la réalisation d'une zone de libre échange entre les pays maghrébins, elles ne sont toujours pas appliquées.⁸⁸

2.3. Les risques et contraintes liées à l'exportation

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,

⁸⁷ Ministère du commerce-Direction de la promotion des exportations, « Recueil relatif aux avantages et facilitations accordées aux exportations hors hydrocarbures », Avril 2007. p. 11.

⁸⁸ ECOtechnics, « Diagnostic de la réglementation des exportations hors hydrocarbures », étude pour ANEXAL-NAED(SFI) mars 2004, p. 16.

Chapitre II : Présentation de commerce extérieur et la politique de soutien aux exportations Hors Hydrocarbures en Algérie

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.

2.3.1. Les risques liés à l'exportation

Les entreprises se lancent dans l'aventure de l'internationalisation de diverses manières. Cependant, apprendre à gérer la distance séparant l'entreprise de son client final qui se trouve à l'étranger, nécessite une évaluation approfondie des risques et des contraintes liées à l'engagement stratégique.

2.3.1.1. 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'acheteur⁸⁹.

2.3.1.2. Le risque politique

Il s'agit de l'ensemble des risques liés aux décisions des Etats des pays cibles. Nous distinguons :

- Le risque lié au changement de réglementations (bancaire, commerciales et celle du taux de change) ;
- Le risque lié à la corruption ;
- Le risque lié aux coûts de transaction, ces coûts englobent tous les frais engendrés pas la réalisation d'une transaction économique, il deviennent plus importants des qu'il s'agit d'une transaction internationale. Ces coûts sont souvent liés aux (coûts de recherche des partenaires étrangers, coûts de collecte d'informations sur les marchés étrangers, coûts de rédactions des contras)⁹⁰.

⁸⁹ Article 5 de l'ordonnance 96 – 06 du 10 janvier 1996 relative à l'assurance-crédit à l'exportation.

⁹⁰ Tiré de site www.risques-exportation.html consulté le 22/04/2019

Chapitre II : Présentation de commerce extérieur et la politique de soutien aux exportations Hors Hydrocarbures en Algérie

2.3.1.3. Le risque de change

C'est le risque lié à la variation des taux de change entre la monnaie nationale et les monnaies des pays cibles. Dès lors qu'une entreprise décide de libeller ses transactions en devises, elle entre en risque de change. En effet, la baisse de la devise de paiement engendre à son tour la baisse de la marge de l'entreprise exportatrice. Il est donc nécessaire pour cette dernière de couvrir ce risque en procédant à des méthodes internes, ou en transférant la couverture aux organismes externes⁹¹.

2.3.1.4. Les 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.⁹²

2.3.1.5. 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 solvabilité⁹³

2.3.1.6. Les risques liés 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.⁹⁴

2.3.2. Les contraintes liées à l'exportation

En s'appuyant sur l'étude réalisée par Ecotechnics, et le recensement des problèmes des entreprises nationales effectué par le Forum des Chefs d'Entreprises, plusieurs contraintes

⁹¹ Idem

⁹² Article 7 de l'ordonnance 96 – 06 du 10 janvier 1996 relative à l'assurance-crédit à l'exportation.

⁹³ Article 8 de l'ordonnance 96 – 06 du 10 janvier 1996 relative à l'assurance-crédit à l'exportation.

⁹⁴ Idem.

Chapitre II : Présentation de commerce extérieur et la politique de soutien aux exportations Hors Hydrocarbures en Algérie

notamment celles liées à l'environnement externe, sont non seulement à l'origine de faible engagement des entreprises exportatrices sur l'international, mais également source de réticence des entreprises non exportatrices qui souhaitent pouvoir se tailler une place sur les marchés étrangers.

a. Lourdeurs administratives

La complexification des procédures administratives est un des plus grands obstacles qu'évoquent les exportateurs algériens. Les délais très longs et des dossiers à fournir toujours lourds et complexes découragent souvent les exportateurs.⁹⁵

b. Coûts de transaction et de logistique élevés

Les opérations nécessaires pour l'expédition d'une marchandise destinée à l'exportation demeurent longues et coûteuses. La chaîne logistique présente de multiples défaillances et ce à différents niveaux ; lenteur des procédures portuaires, offre du fret rigide, coûts de transport élevés et surtout les coûts élevés des prestations.

c. Les contraintes liées aux services portuaires et au transport

Les ports commerciaux algériens, à l'exception des ports pétroliers, présentent de graves déficiences pour ce qui est des équipements et de l'espace, ils restent ainsi le lieu où cumulent les contraintes lancinantes des exportateurs algériens.⁹⁶

Ainsi, de même que les services portuaires, les services bancaires souffrent de délais longs et de la bureaucratie, en particulier, lors de la domiciliation des opérations ou à l'ouverture du crédit documentaire. Il en est de même du délai d'encaissement après que le client ait effectué le paiement.⁹⁷

Ainsi, les coûts de transaction restent encore élevés en matière de règlement des transactions avec les partenaires étrangers, surtout que le recours au crédit documentaire reste la seule technique de règlement des transactions avec l'étranger. Alors que la chaîne

⁹⁵ Forum des Chefs d'Entreprises, « Indice du forum pour la performance de l'entreprise algérienne », Alger Janvier 2011, p. 3.

⁹⁶ Centre d'Etudes des Transports pour la Méditerranée "CETMO" « Le secteur logistique sur la rive sud de la Méditerranée Occidentale », octobre 2010, p. 18. Tiré du site : www.cetmo.org/. Consulté le 22/04/2019.

⁹⁷ GRINE Salim, « Payer les armateurs en devises est un handicap pour l'exportation », Directeur des exportations à IMC (Industries Médico-chirurgicales), entretien réalisé par la *Revue L'Éco* n° 51 /du 1er au 15 octobre 2012, Alger, p. 49.

Chapitre II : Présentation de commerce extérieur et la politique de soutien aux exportations Hors Hydrocarbures en Algérie

d'approvisionnement des producteurs est fortement bureaucratisée, elle est rendue encore insoutenable par cette technique.

d. Faible soutien de l'Etat aux exportations et l'inefficience des structures et des services d'appui aux exportations

Cela peut être constaté en comparant 1 milliard de DA des dépenses du FSPE aux 50 Milliards de DA des exportations hors hydrocarbures⁹⁸.

Ainsi, en matière d'appui, les exportateurs algériens jugent que les organismes d'appui aux exportations hors hydrocarbures sont peu performants. Ils se montrent insatisfaits de mesures et de dispositifs instaurés par les pouvoirs publics pour promouvoir les exportations hors hydrocarbures, vu leur faible caractère incitatif.

Les ressources disponibles se trouvent insuffisantes et l'accès au dispositif public de soutien existant est loin d'être complètement opérationnel.

Nous évoquons à ce sujet, les services bancaires et les services fiscaux. Les premiers sont contestés par les exportateurs notamment concernant les questions des délais et de bureaucratie mais aussi pour l'insuffisance de leurs services en matière de conseil et d'appui.

Quant aux services fiscaux, en dépit de l'application des exonérations portant sur le versement forfaitaire VF et la taxe sur l'activité professionnelle (TAP) sur les ventes à l'exportation, le problème semble plus prononcé pour les exonérations de droits de douane et de TVA sur les importations, car ces derniers sont appliqués même en sachant dès le départ qu'elles sont destinées à la fabrication de produits à l'exportation.

Section 03 : Les facilitations des exportations hors hydrocarbures Algériennes

Les exportateurs algériens doivent disposer des moyens permettant de se placer sur le marché extérieure, on offrant des produits compétitifs de la quantité /prix égale au produit de la concurrence.

Elle est considérer comme une nécessité au développement du professionnalisme en matière d'exportation, plusieurs avantages de facilitation son accordées au exportateurs Algériens concernant les volets suivants :

⁹⁸ ECOtechnics, « Diagnostic des besoins et attentes des exportateurs et étude des potentialités de placement de produits nationaux sur les marchés étrangers », Etude pour ANEXAL-NAED (SFI), février 2004, p. 6.

Chapitre II : Présentation de commerce extérieur et la politique de soutien aux exportations Hors Hydrocarbures en Algérie

3.1. Les facilitations douanières à l'exportation

Exonérées de droits de douane, les exportations sont particulièrement encouragées et facilitées. C'est ainsi que pour faire face aux préoccupations des exportateurs, l'administration des douanes a procédé à l'allègement de certaines procédures douanières telles que :⁹⁹

3.1.1. 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'emmagasinage des marchandises sous contrôle douanier dans les locaux agréés par l'administration des douanes en suspension des droits et taxes et des mesures de prohibition à caractère économique ». 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 1999.¹⁰⁰

3.1.2. Admission temporaire

Les décisions du directeur générale des douanes n°04 et n°16 du 03 Février précisent les modalités et conditions d'application de l'accès temporaire pour l'exportation en l'état. L'admission temporaire permet de suspendre le règlement du droit de douane sur la marchandise importer destinée à être transformer, perfectionnement et a l'exportation en l'état, a recevoir un complément de transformation avant d'être réexportées.¹⁰¹

3.1.3. Réapprovisionnement en franchise

Les articles 186, 188 et 188 du code des douanes et la décision d'application du directeur général des douanes n°17 du 3 février 1999 est relatif au réapprovisionnement en franchise. Ce dernier est un régime douanier qui permet d'importer, en loyauté des droits et taxes à l'importation, les marchandises équivalentes par leur espèce, leur qualité et leur caractéristiques technique à celle qui, occupées sur le marché intérieure, ont été utilisées pour obtenir des produits préalablement exportées à titre définitif.

⁹⁹ OULARBI S « Les exportations hors hydrocarbures en Algérie : quelles contraintes et quelles stratégies pour leur développement, Le rôle de l'Etat dans l'accompagnement des PME exportatrices Etude comparative avec la France » .Université Alger 3.

¹⁰⁰ Ministère du commerce, Direction de la promotion des exportations, « recueil relatif aux avantages et Facilitations accordés aux exportations hors hydrocarbures », avril 2007, p6.

¹⁰¹ Articles 174 à 185 du code des douanes.

Chapitre II : Présentation de commerce extérieur et la politique de soutien aux exportations Hors Hydrocarbures en Algérie

3.1.4. Exportation temporaire

Les articles de 193 à 196 du code des douanes et la décision du Directeur Général des Douanes n°13 du 03 février 1999 relatifs à l'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.

En plus des incitatifs à l'exportation, d'autres mesures connexes qui tendent à faciliter et à simplifier les procédures liées aux opérations d'exportations ont été instituées par les pouvoirs publics. Nous en citons ci-après les principales¹⁰² :

- La dispense de caution dans le cadre de l'admission temporaire d'emballages vides destinés aux marchandises à l'exportation et de marchandises pour perfectionnement actif (transformation) destinés à l'exportation. Celle-ci s'applique aussi pour les exportations temporaires de marchandises pour perfectionnement passif (ouvraison) destinées à l'exportation définitive;
- La visite sur site et dédouanement à domicile;
- La vente en consignation est facilitée par le dépôt d'une déclaration d'exportation incomplète et par possibilité de procéder après la vente des produits à une régularisation par le dépôt d'une déclaration complémentaire reprenant les éléments non communiqués lors de l'expédition;
- Le circuit vert, qui permet la validation de la déclaration d'exportation sans vérification des marchandises.

3.2. Les avantages fiscaux

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

¹⁰² Tiré du site web de l'Agence Nationale pour la Promotion du Commerce Extérieur : www.algex.dz Consulté le 22/04/2019.

Chapitre II : Présentation de commerce extérieur et la politique de soutien aux exportations Hors Hydrocarbures en Algérie

3.2.1. Exonération en matière d'impôts directs et taxes assimilées TAP et IBS.

a- La taxe sur l'activité professionnelle (TAP)

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

b- L'impôt sur les bénéfices des sociétés (IBS)

Exonération permanente de l'IBS, les opérations génératrices de devises, notamment: les opérations de ventes destinées à l'exportation; les prestations de services destinées à l'exportation. Ces exonérations sont octroyées au prorata du chiffre d'affaires réalisé en devises. Le bénéfice de ces dispositions est subordonné à la présentation, par les entreprises, aux services fiscaux compétents, d'un document attestant du versement des recettes en devises à une banque domiciliée en Algérie. Les opérations de transports terrestres, maritimes, aériens, les réassurances et les banques ne sont pas concernées par cette exonération de l'IBS.

3.2.2. Exonération en matière de taxes sur le chiffre d'affaires

La taxe sur la valeur ajoutée sur les opérations de vente réalisées à l'exportation (TVA) : Sont exemptées de la TVA, les affaires de vente et de façon qui portent sur les marchandises exportées et les marchandises d'origine nationale livrées aux magasins sous-douane légalement institués, compte non tenu de certaines exclusions.

a. L'achat en franchise de TVA

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

Chapitre II : Présentation de commerce extérieur et la politique de soutien aux exportations Hors Hydrocarbures en Algérie

a- La restitution de la TVA

Peut s'effectuer pour l'ensemble des biens et services pour lesquels la franchise à l'achat est autorisée.¹⁰³

3.3. Facilitations portuaires

Les facilitations portuaires se résument ainsi¹⁰⁴ :

- L'affectation d'un magasin aménagé à recevoir en priorité les marchandises destinées à l'exportation d'une superficie de 1000 m² au quai N°09/2 zone nord – accès N°01 ;
- L'affectation d'un terre-plein de 1.862 m² à la zone centre pour la mise à quai des marchandises destinées à l'exportation, entrée accès N°04 - zone centre- grand môle Bologhine ;
- 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 : 021.42.35.35, au terminal à conteneurs (guichet unique) pour informer les opérateurs et faciliter les expéditions des exportateurs.

3.4 Les facilitations financières et bancaires

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.

3.4.1. Délai de rapatriement

L'article 11 du règlement de Banque d'Algérie n°91-13 du 14 Août 1991 relatif à la domiciliation des exportations hors hydrocarbures et l'article 31 du règlement n°95 -07 du 23

¹⁰³ Tiré de site : www.algex.dz consulté le 22/04/2018.

¹⁰⁴ Idem.

Chapitre II : Présentation de commerce extérieur et la politique de soutien aux exportations Hors Hydrocarbures en Algérie

Décembre 1995 modifiant et remplaçant le règlement n°92-04 du 22 Mars 1992 relatif au contrôle des changes fixent ce délai à 180 jours¹⁰⁵.

3.4.2. Rétrocession des recettes d'exportation

L'inscription des recettes d'exportation hors hydrocarbures est fixée par l'article 19 du règlement de la Banque Algérie n°91-13 du 14 Août 1991 relatif à la domiciliation des exportations hors hydrocarbure et l'art30 du règlement n°95-07 du 23-12-1995¹⁰⁶, modifiant les dispositions de l'instruction 22-94 du 12 Avril 1994¹⁰⁷ modifiée, fixant le pourcentage des recettes d'exportation hors hydrocarbures et produits miniers ouvrant droit à l'inscription au (x) compte (s) devises des personnes morales la note n°14 -98 de la BA adressée aux banques intermédiaires agréés. Ces textes ont fixé la répartition comme suit : 50% du montant en compte dinars, 30 % du montant en compte devise personne morale et 20% du montant en compte devise intitulé exportateur.

3.5. Les autres facilitations

Il s'agit principalement des mesures en matière de la mise en conformité aux normes internationales¹⁰⁸.

3.5.1. Le contrôle phytosanitaire

Les pouvoirs publics ont mis en place un dispositif portant sur le contrôle phytosanitaire aux frontières pour l'exportation des produits agricoles. Conformément aux conventions et accords internationaux régissant les échanges internationaux, le contrôle phytosanitaire a pour objet de conférer aux végétaux destinés à l'exportation les garanties phytosanitaires exigées par le pays importateur.

Les produits agricoles peuvent être exportés à partir de 27 postes frontaliers officiels à savoir : 8 aéroports, 11 ports maritimes, 8 postes frontières terrestres).

Un cas particulier est 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).

¹⁰⁵ Ministre de commerce, Direction de la promotion des exportations, <recueil relatif aux avantages aux facilitations accordées aux exportations hors hydrocarbures >, avril 2007, p7.

¹⁰⁶ Instruction n°07/2002 du 6/12/2004.

¹⁰⁷ Instruction n°22/94 du 12/04/1994.

¹⁰⁸ Tiré du site : www.Algex.dz Rubrique « le cadre incitatif à l'export », Consulté le 23/04/2019

Chapitre II : Présentation de commerce extérieur et la politique de soutien aux exportations Hors Hydrocarbures en Algérie

3.5.2. Le contrôle sanitaire

(viandes, œufs, 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.

Certains produits sont soumis au contrôle vétérinaire aux frontières, ne sont pas soumis à l'obligation de la dérogation sanitaire. Il s'agit en particulier :

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

3.5.3. Le code à barre ENA « Le standard du commerce international »

Le système EAN est un standard internationalement agréé pour l'identification et la codification de tous biens de consommation. Ainsi, à l'exportation, le produit ne portant pas le code à barre ENA est refusé par la distribution, dans ce cas, l'exportateur est obligé de :

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

Chapitre II : Présentation de commerce extérieur et la politique de soutien aux exportations Hors Hydrocarbures en Algérie

Conclusion

Ce chapitre nous a permis d'analyser le contenu de la politique nationale de soutien aux exportations hors hydrocarbures. Nous avons pu identifier les différentes structures intervenant en matière d'accompagnement des opérateurs nationaux sur les marchés étrangers ainsi les dispositifs d'aides et facilitations à l'exportation mise en œuvre par l'Etat Algérien visant à améliorer le positionnement de types d'exportation algérienne sur les marchés étrangers.

Plusieurs raisons expliquant l'absence d'une réelle stratégie et une vision à long terme en matière de promotion des exportations ayant comme centre d'intérêt le développement d'une culture nationale en matière d'exportation, malgré ces dispositifs d'incitation mis en place par les pouvoirs publics pour encourager les exportations hors hydrocarbure, ces dernières demeurent avec une part marginale ; et les exportations algériennes restent toujours dominées par les hydrocarbures.

Dans le prochain chapitre, nous présentons le secteur agroalimentaire « cas de l'entreprise CEVITAL » et de démontrer les démarches à suivre pour réaliser l'exportation de sucre blanc à l'étranger, ainsi l'impact du couloir vert sur cette procédure.

**Chapitre III : Analyse de
l'impact du couloir vert sur
la procédure d'exportation
au sein de l'entreprise
CEVITAL SPA**

Chapitre III : Analyse de l'impact du couloir vert sur la procédure d'exportation au sein de l'entreprise CEVITAL SPA

Introduction

CEVITAL est l'un des plus importants groupes privés en Algérie, mais, aussi dans le continent africain. L'entreprise a connu, une évolution remarquable à l'échelle nationale et s'est même internationalisée. Son activité est aujourd'hui largement diversifiée, agroalimentaire, distribution, transport-logistique, commercialisation de grandes marques internationales.

Mais avant d'entamer l'activité d'exportation, nous avons eu la nécessité d'aborder d'abord en premier lieu, une brève présentation de l'organisme d'accueil à travers ces divers produits, la démarche d'exportation, en passant à l'analyse de l'impact de couloir vert sur la procédure d'exportation de produit sucre.

Section 01 : Présentation de l'organisme d'accueil de CEVITAL SPA

Pour mettre en pratique les aspects théoriques dans les chapitres précédents, nous avons effectué un stage pratique au sein de service transit/export du groupe CEVITAL

Dans la présente section, nous présenterons l'historique du complexe CEVITAL, sa situation géographique, ses différentes activités et ses objectifs, sa structure organisationnelle, ses différentes directions et son choix stratégique.

1. Historique de CEVITAL SPA

CEVITAL, c'est une société par action (SPA) dont les actionnaires principaux sont Mr. REBRAB, Et FILS, elle est l'un des fleurons de l'industrie agroalimentaire en Algérie qui est constituée de plusieurs unités de production équipées de la dernière technologie et poursuit son développement par divers projets en cours de réalisation. Son expansion et son développement durant les 5 dernières années, font d'elle un important pourvoyeur d'emplois et de richesses.

CEVITAL AGRO-INDUSTRIE est passé de 500 salariés en **1999** à 4300 salariés en **2010**. Elle a été créée en **Mai 1998** avec un capital social qui est fixé 68 ,760 milliards de DA, elle se situe dans le nouveau quai de port de BEJAIA et s'étend sur une superficie de 76 156 m².

Chapitre III : Analyse de l'impact du couloir vert sur la procédure d'exportation au sein de l'entreprise CEVITAL SPA

1999 : entrée en production de la raffinerie d'huile de 570000 T/An et lancement de la première marque d'huile de table de haute qualité, 100% tournesol « FLEURIAL »,

2001 : entrée en production de la margarinerie de 180000 T/An et lancement de la première marque de margarine de table « FLEURIAL »,

2003 : entrée en production de la raffinerie de sucre (650000 T/An de sucre blanc et 25000 T/An de sucre liquide). Lancement de la margarine de feuilletage « LA PARISIENNE » Pour les boulangeries pâtisseries.

Avril 2005 : lancement de trois nouveaux projets dont deux sur le site LAARBA (verre plat, fabrication industrielle de produit manufacturé en béton) ; et l'acquisition des eaux minérales de LALLA KHEDIDJA (ex ETK) sise à l'est de la wilaya de Tizi-Ouzou.

Aujourd'hui connu sous la bannière de CEVITAL et plus précisément sous l'appellation CEVITAL Lalla-khedidja; elle est entrée en production en Mars 2007, et l'acquisition de la conserverie d'EL Kseur (ex COJEK) sise à 30KM du chef-lieu de la wilaya de Bejaia. Depuis sa création à ce jour, le groupe CEVITAL a consolidé sa position de leader dans le domaine de l'agroalimentaire et entend poursuivre sa croissance en investissant encore dans ce secteur pour renforcer sa position.

2. La situation géographique

A l'arrière port de Béjaia à 200 ML du quai : Ce terrain à l'origine marécageux et inconstructible a été récupéré en partie d'une décharge publique, viabilisé avec la dernière technologie de consolidation des sols par le système de colonnes ballastées (337 KM de colonnes ballastées de 18 ML chacune ont été réalisées) ainsi qu'une partie à gagner sur la mer.

- A Béjaia :

Nous avons entrepris la construction des installations suivantes:

- Raffinerie Huile
- Margarinerie
- Silos portuaires
- Raffinerie de sucre

Chapitre III : Analyse de l'impact du couloir vert sur la procédure d'exportation au sein de l'entreprise CEVITAL SPA

- A El Kseur :

Une unité de production de jus de fruits cojek a été rachetée par le groupe Cevital dan le cadre de la privatisation des 'entreprises publiques algériennes en novembre 2006.

Un immense plan d'investissement a été consenti visant à moderniser l'outil de production de jus de fruits Cojek.

Sa capacité de production est de 14 400 T par an .Le plan de développement de cette unité portera à 150 000/an en 2010.

- **A Tizi Ouzou** :

- **A Agouni Gueghrane** : au cœur du massif montagneux du Djurdjura qui culmine à plus de 2300 mètres :

- L'Unité d'Eau Minérale Lalla Khedidja a été inaugurée en juin 2007

3. Les objectifs de l'entreprise CEVITAL

L'entreprise a pour mission principale de développer la production et d'assurer la qualité et le conditionnement des huiles, des margarines et du sucre a des prix nettement plus compétitifs, et cela dans le but de satisfaire le client et de le fidéliser.

Les objectifs visés par CEVITAL peuvent se présenter comme suit :

- L'extension de ses produits sur tout le territoire national.
- L'implantation de graines oléagineuses pour l'extraction directe des huiles brutes.
- L'optimisation de ses offres d'emploi sur le marché du travail.
- L'encouragement des agricultures par des aides financières pour la production locale de graines oléagineuses.
- La modernisation de ses installations en termes de machine et de technique pour augmenter le volume de sa production.
- Positionner ses produits sur le marché international par leurs exportations.

Chapitre III : Analyse de l'impact du couloir vert sur la procédure d'exportation au sein de l'entreprise CEVITAL SPA

4. Les différentes activités du CEVITAL SPA

Le Complexe Agro-alimentaire est composé de plusieurs unités de production :

- Huiles Végétales.
- Margarinerie et graisses végétales.
- Sucre blanc.
- Sucre liquide.
- Silos portuaires.
- Boissons.

A- Huiles Végétales :

A.1. Les huiles de table : elles sont connues sous les appellations suivantes :

Fleurial plus 100% tournesol sans cholestérol, riche en vitamine (A, D, E) (Elio et Fridor) : se sont des huiles 100% végétales sans cholestérol, contiennent de la vitamine E.

Elles sont issues essentiellement de la graine de tournesol, Soja et de Palme, conditionnées dans des bouteilles de diverses contenances allant de (1 à 5 litres), après qu'elles aient subi plusieurs étapes de raffinage et d'analyse.

- Capacité de production : 570 000 tonnes /an
- Part du marché national : 70%
- Exportations vers le Maghreb et le moyen orient, en projet pour l'Europe.

B- Margarinerie et graisses végétales :

Cevital produit une gamme variée de margarine riche en vitamines A, D, E. Certaines margarines sont destinées à la consommation directe telle que Matina, Rania, le beurre gourmand et Fleurial, d'autres sont spécialement produites pour les besoins de la pâtisserie moderne ou traditionnelle, à l'exemple de la parisienne et MEDINA « SMEN ». Capacité de production : 180.000 tonnes/an / Notre part du marché national est de 30% sachant que nous exportons une partie de cette production vers l'Europe, le Maghreb et le Moyen-Orient.

Chapitre III : Analyse de l'impact du couloir vert sur la procédure d'exportation au sein de l'entreprise CEVITAL SPA

C- Sucre Blanc :

Il est issu du raffinage du sucre roux de canne riche en saccharose. Le sucre raffiné est conditionné dans des sachets de 50Kg et aussi commercialisé en morceau dans des boîtes d'1kg.

Cevital produit aussi du sucre liquide pour les besoins de l'industrie agroalimentaire et plus précisément pour les producteurs des boissons gazeuses.

- Entrée en production 2^{ème} semestre 2009.
- Capacité de production : 650 000 tonnes/an avec extension à 1 800 000

tonnes/an

- Part du marché national : 85%
- Exportations : 350 000 tonnes/an en 2009, CEVITAL FOOD prévoit

900 000 tonnes/an dès 2010.

D- Sucre liquide :

Capacité de production : matière sèche : 219 000 tonnes/an

Exportations : 25 000 tonnes/an en prospection.

E- Silos Portuaires :

Existant :

Le complexe Cevital Food dispose d'une capacité maximale 182 000 tonnes et d'un terminal de déchargement portuaire de 2000 T par heure.

Un projet d'extension est en cours de réalisation.

La capacité de stockage actuelle est de 120 000T en 24 silos verticaux et de 50 000 T en silo horizontal.

La capacité de stockage Horizon au 1^{er} trimestre 2010 sera de 200 000 T en 25 silos verticaux et de 200 000 T en 2 silos horizontaux.

F- Boissons :

Eau minérale, Jus de fruits, Sodas

L'eau minérale Lalla Khedidja depuis des siècles prend son origine dans les monts enneigés à plus de 2300 mètres du Djurdjura qui culminent.

Chapitre III : Analyse de l'impact du couloir vert sur la procédure d'exportation au sein de l'entreprise CEVITAL SPA

En s'infiltrant très lentement à travers la roche, elle se charge naturellement en minéraux essentiels à la vie (Calcium 53, Potassium 0.54, Magnésium 7, Sodium 5.5 Sulfate 7, Bicarbonate 162,...) tout en restant d'une légèreté incomparable.

L'eau minérale Lalla khedidja pure et naturelle est directement captée à la source au cœur du massif montagneux du Djurdjura.

- Lancement de la gamme d'eau minérale « Lalla Khadidja » et de boissons gazeuses avec capacité de production de 3 000 000 bouteilles par jour.
- Réhabilitation de l'unité de production de jus de fruits « EL KSEUR ».

5. Les principaux clients du CEVITAL SPA

La satisfaction du client est la devise de l'entreprise. La raison de vivre de l'entreprise est de vendre.

Les clients de l'entreprise sont divers et variés:

- Représentants
- Grossistes
- Industriels
- Institutionnels et administrations

Ils sont pour la grande majorité des industriels de l'agroalimentaire et des distributeurs, ces derniers se chargent de l'approvisionnement de tous les points de vente ou qu'ils soient.

6. L'organisation générale des composantes et les missions des directions

- Structure de l'encadrement: Organigramme
- Missions et services des composantes de la DG:

L'organisation mise en place consiste en la mobilisation des Ressources humaines matérielles et financières pour atteindre les objectifs demandés par le groupe.

La Direction générale est composée d'un secrétariat et de 19 directions:

A- La direction Marketing:

Pour atteindre les objectifs de l'Entreprise, le Marketing Cevital pilote les marques

Chapitre III : Analyse de l'impact du couloir vert sur la procédure d'exportation au sein de l'entreprise CEVITAL SPA

et les gammes de produits. Son principal levier est la connaissance des consommateurs, leurs besoins, leurs usages, ainsi que la veille sur les marchés internationaux et sur la concurrence.

Les équipes marketing produisent des recommandations d'innovation, de rénovation, d'animation publi-promotionnelle sur les marques et métiers Cevital. Ces recommandations, validées, sont mises en œuvre par des groupes de projets pluridisciplinaires (Développement, Industriel, Approvisionnement, Commercial, Finances) coordonnés par le Marketing, jusqu'au lancement proprement dit et à son évaluation.

B- La direction des Ventes & Commerciale

Elle a comme de charge commercialiser toutes les gammes des produits et le développement du Fichier client de l'entreprise, au moyen d'action de détection ou de promotion de projets à base de hautes technologies.

En relation directe avec la clientèle, elle possède des qualités relationnelles pour susciter l'intérêt des prospects.

C- La direction Système d'informations:

Elle assure la mise en place des moyens des technologies de l'information nécessaires pour supporter et améliorer l'activité, la stratégie et la performance de l'entreprise.

Elle doit ainsi veiller à la cohérence des moyens informatiques et de communication mises à la disposition des utilisateurs, à leur mise à niveau, à leur maîtrise technique et à leur disponibilité et opérationnalité permanente et en toute sécurité.

Elle définit, également, dans le cadre des plans pluriannuels les évolutions nécessaires en fonction des objectifs de l'entreprise et des nouvelles technologies..

D- La direction des Finances et Comptabilité:

Préparer et mettre à jour les budgets Tenir la comptabilité et préparer les états comptables et financiers selon les normes Pratiquer le contrôle de gestion faire le Reporting périodique.

Chapitre III : Analyse de l'impact du couloir vert sur la procédure d'exportation au sein de l'entreprise CEVITAL SPA

E- La direction Industrielle:

- Chargé de l'évolution industrielle des sites de production et définit, avec la direction générale, les objectifs et le budget de chaque site.
- Analyse les dysfonctionnements sur chaque site (équipements, organisation...) et recherche les solutions techniques ou humaines pour améliorer en permanence la productivité, la qualité des produits et des conditions de travail.
- Anticipe les besoins en matériel et supervise leur achat (étude technique, tarif, installation...).
- Est responsable de la politique environnement et sécurité.
- Participe aux études de faisabilité des nouveaux produits.

F- La direction des Ressources Humaines

Définit et propose à la direction générale les principes de Gestion ressources humaines en support avec les objectifs du business et en ligne avec la politique RH groupe.

- Assure un support administratif de qualité à l'ensemble du personnel de cevital food.
- Pilote les activités du social.
- Assiste la direction générale ainsi que tous les managers sur tous les aspects de gestion ressources humaines, établit et maîtrise les procédures.
- Assure le recrutement.
- Chargé de la gestion des carrières, identifie les besoins en mobilité.
- Gestion de la performance et des rémunérations.
- Formation du personnel
- Assiste la direction générale et les managers dans les actions disciplinaires
- Participe avec la direction générale à l'élaboration de la politique de communication afin de développer l'adhésion du personnel aux objectifs fixés par l'organisation

Chapitre III : Analyse de l'impact du couloir vert sur la procédure d'exportation au sein de l'entreprise CEVITAL SPA

G- La direction Approvisionnements

Dans le cadre de la stratégie globale d'approvisionnement et des budgets alloués (investissement et fonctionnement).

Elle met en place les mécanismes permettant de satisfaire les besoins matière et services dans les meilleurs délais, avec la meilleure qualité et au moindre coût afin de permettre la réalisation des objectifs de production et de vente.

H- La direction Logistique

- Expédie les produits finis (sucre, huile, margarine, Eau minérale, ...), qui consiste à charger les camions à livrer aux clients sur site et des dépôts Logistique.
- Assure et gère le transport de tous les produits finis, que ce soit en moyens propres (camions de CEVITAL), affrétés ou moyens de transport des clients.
- Le service transport assure aussi l'alimentation des différentes unités de production en quelques matières premières intrants et packaging et le transport pour certaines filiales du groupe (MFG, SAMHA, Direction Projets, NUMIDIS, ...).
- Gère les stocks de produits finis dans les différents dépôts locaux (Bejaia et environs) et Régionaux (Alger, Oran, Sétif, ...).

I- La direction des Silos

- Elle décharge les matières premières vrac arrivées par navire ou camions vers les points de stockage.
- Elle stocke dans les conditions optimales les matières premières;
- Elle Expédie et transfère vers les différents utilisateurs de ces produits dont l'alimentation de raffinerie de sucre et les futures unités de trituration.
- Elle entretient et maintient en état de services les installations des unités silos.
-

J- La direction des Boissons

Le Pôle Boissons et plastiques comprend trois unités industrielles situées en dehors du site de Béjaia :

Chapitre III : Analyse de l'impact du couloir vert sur la procédure d'exportation au sein de l'entreprise CEVITAL SPA

Unité LALLA KHEDIDJA domiciliée à Agouni-gueghrane (Wilaya de TIZI OUZOU) a pour vocation principale la production d'eau minérale et de boissons carbonatées à partir de la célèbre source de LLK

Unité plastique, installée dans la même localité, assure la production des besoins en emballages pour les produits de Margarine et les Huiles et à terme des palettes, des étiquettes etc.

Unité COJEK, implantée dans la zone industrielle d'El Kseur, Cojek est une SPA filiale de Cevital et qui a pour vocation la transformation de fruits et légumes frais en Jus, Nectars et Conserves. Le groupe ambitionne d'être Leader dans cette activité après la mise en œuvre d'un important plan de développement

K- La direction Corps Gras

Le pôle corps gras est constitué des unités de production suivantes : une raffinerie d'huile de 1800 T/J, un conditionnement d'huile de 2200T/J, une margarinerie de 600T/J qui sont toutes opérationnelles et une unité inter estérification – Hydrogénation –pate chocolatière –utilités actuellement en chantier à El kseur. Notre mission principale est de raffiner et de conditionner différentes huiles végétales ainsi que la production de différents types de margarines et beurre. Tous nos produits sont destinés à la consommation d'où notre préoccupation est de satisfaire le marché local et celui de l'export qualitativement et quantitativement.

L- La direction Pôle Sucre

Le pôle sucre est constitué de 04 unités de production : une raffinerie de sucre solide 2000T/J, une raffinerie de sucre solide 3000T/J, une unité de sucre liquide 600T/J, et une unité de conditionnement de sucre 2000 T/J qui sera mise en service en mars 2010. Sa vocation est de produire du sucre solide et liquide dans le respect des normes de qualité, de la préservation du milieu naturel et de la sécurité des personnes. nos produits sont destinés aux industriels et aux particuliers et ce pour le marché local et à l'export. »

Chapitre III : Analyse de l'impact du couloir vert sur la procédure d'exportation au sein de l'entreprise CEVITAL SPA

M- La direction QHSE

- Met en place, maintient et améliore les différents systèmes de management et référentiels pour se conformer aux standards internationaux
- Veille au respect des exigences réglementaires produits, environnement et sécurité
- Garantit la sécurité de notre personnel et la pérennité de nos installations
- Contrôle, assure la qualité de tous les produits de CEVITAL et réponse aux exigences clients.

N- La direction Energie et Utilités

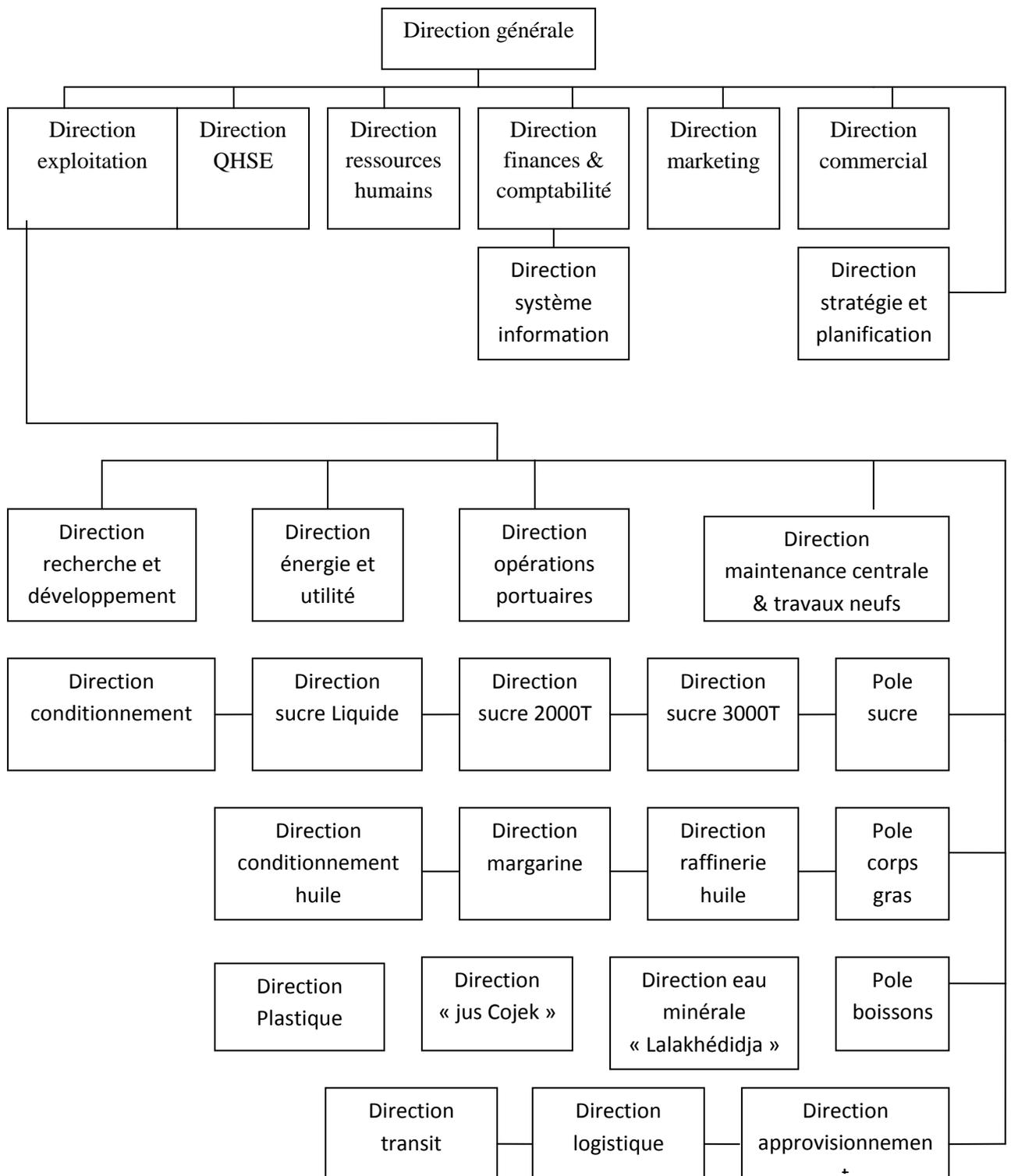
C'est la production et la distribution pour les différentes unités, avec en prime une qualité propre à chaque Procès : D'environ 450 m³/h d'eau (brute, osmosée, adoucie et ultra pure) ; de la vapeur Ultra haute pression 300T/H et basse pression 500T/H. De l'Electricité Haute Tension, Moyenne Tension et Basse Tension, avec une capacité de 50MW. /

O- La direction Maintenance et travaux neufs

- Met en place et intègre de nouveaux équipements industriels et procédés
- Planifie et assure la Maintenance pour l'ensemble des installations.
- Gère et déploie avec le Directeur Industriel et les Directeurs de Pôles les projets d'investissement relatifs aux lignes de production, bâtiments et énergie/utilité (depuis la définition du procès jusqu'à la mise en route de la ligne ou de l'atelier)
 - Rédige les cahiers des charges en interne.
 - Négocie avec les fournisseurs et les intervenants extérieurs.

Chapitre III : Analyse de l'impact du couloir vert sur la procédure d'exportation au sein de l'entreprise CEVITAL SPA

Figure 6: L'organigramme de l'entreprise CEVITAL SPA



Source : Document interne de l'entreprise

Chapitre III : Analyse de l'impact du couloir vert sur la procédure d'exportation au sein de l'entreprise CEVITAL SPA

Section 02 : L'impact du couloir vert sur la procédure d'exportations Cas de « Sucre Raffinée »

Pour cette partie pratique, nous avons opté pour la méthode d'observation sur notre lieu de stage et le traitement des documents remis au sien de l'entreprise CEVITAL.

Dans cette section, nous allons exposer la démarche de la procédure d'exportation au sien de l'entreprise CEVITAL, et aussi suivi d'une analyse d'une opération d'exportation du « sucre raffinée ».

1. La démarche de la procédure d'exportation

Le tableau suivant illustre les différentes étapes de la procédure d'une opération d'exportation

Réalisée au sein de l'entreprise CEVITAL.

Tableau 12: Les étapes de la procédure d'exportation

Les étapes de la procédure d'exportation	Direction et structures concernées	Opérations à effectuer
Prospection, négociation et conclusion des contrats de vente	Entreprise SKOR International	<ul style="list-style-type: none">• Calcule de cotation ;• Etablissement de la facture• pro forma avec une date de validité de jour10 ;• Négociation de contrat ;• Conclusion de contrat de Vente.
Réception de contrat d'achat et envoie de la notice	Service commodités d'Alger	<ul style="list-style-type: none">• Réception du contre de vente• Transmission de la notice à toute les parties intervenants (logistique, export, transite, finance, comptable, commerciale) de Bejaia.

Chapitre III : Analyse de l'impact du couloir vert sur la procédure d'exportation au sein de l'entreprise CEVITAL SPA

Ouverture de L/C par le client	La direction finance et comptable	<ul style="list-style-type: none"> • Transmission de la lettre de crédit à la direction commerciale ; • Domiciliation de la facture définitive transmise par la direction commerciale.
	Direction commerciale	<ul style="list-style-type: none"> • Vérification et confirmation des conditions mentionnées sur le L/C au contrat de vente ; • Vérification de la liste des documents exigés par le client ; • S'assurer que les termes sont respectés. • Etablissement de la facture définitif et envoi de la notice pour le département export.
	La direction logistique export et transit	<ul style="list-style-type: none"> • Mise à disposition des conteneurs demandés par la direction commerciale ; • Respecter les délais ; • Etablissement d'un programme prévisionnelle selon les notices et les sorties des navires ; • Assurer le suivi des opérations transit auprès des institutions maritimes et douaniers—

Chapitre III : Analyse de l'impact du couloir vert sur la procédure d'exportation au sein de l'entreprise CEVITAL SPA

<p>Préparation de la production</p>	<p>La direction Marketing</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Etablissement des maquettes relatives aux étiquettes exigées par le client (étiquetage et emballage particulier) ; • Commande des Emballage et étiquettes ; • Lancement de la production ; • Respecter les délais engagés.
<p>Suivi de la qualité</p>	<p>Raffinerie de Sucre</p>	
<p>Préparation de la marchandise pour l'expédition</p>	<p>Direction logistique Département Plateforme Transit</p>	<p>« Booking liste »</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rapprochement des conteneurs des conteneurs vide vers la plateforme, avec l'aval de la douane ; • INSPECTION et contrôle; • Nettoyage et habillage; • Transmission de d'état d'emportage au

Chapitre III : Analyse de l'impact du couloir vert sur la procédure d'exportation au sein de l'entreprise CEVITAL SPA

		département export de Bejaia ; <ul style="list-style-type: none"> • Respecter le délai ;
Expéditions de la marchandise	Direction Transite Export	<ul style="list-style-type: none"> • Assurer le suivi des opérations transit auprès des institutions douaniers et maritimes ; • Procéder à la déclaration d'exportation sur un système d'information et de gestion (automatisés des douanes) ; • Remettre l'ensemble des documents transit au département export Bejaia : à savoir : le D11, le pli cartable, l'ensemble du B/L, Certificat de transport..... • Mise à quai et chargement des conteneurs par l'agent de quai ; • Récupération du B/L.
	Le département Export	<ul style="list-style-type: none"> • Remise des documents à la direction des finances et comptable conformément à la L/C ; • Remise de Swift, relatif au virement effectué par le client.
Rapatriement des fonds	Direction des finances	<ul style="list-style-type: none"> • Confirmation du transfert

Chapitre III : Analyse de l'impact du couloir vert sur la procédure d'exportation au sein de l'entreprise CEVITAL SPA

	et comptabilités	de fonds ; <ul style="list-style-type: none">• Transmissions de l'attestation de rapatriement au Département Export Bejaia et à la Direction Transit.
--	------------------	--

Source : Documents interne de l'entreprise CEVITAL.

2. Etude d'une opération d'exportation du sucre raffinée à TOGO par voie maritime par l'entreprise CEVITAL SPA

Dans ce qui suit, nous illustrons les étapes d'une opération d'exportation d'un cas réel, réalisé par plusieurs directions de l'entreprise CEVITAL, qui se porte sur la commande du sucre raffiné du port de BEJAIA jusqu'au port de LOME (TOGO) le 22/03/2019. Cette opération est matérialisée par différents documents utilisés qui seront présentés en annexes.

2.1. L'étape prise de la commande

Le service commerciale export à Alger et le département « TRADE » ont à leur la négociation et la prise de la commande soit avec les clients ou traders.

Les Traders font un travail de veille, en suivant les cours de bourse quotidiennement et leur politique marketing.

CEVITAL dispose d'un « trader » en suisse sous nomination « ANTEIN INTERNATIONAL SA », le trader commande une quantité importante à CEVITAL pour que cette dernière exporte directement la marchandise aux clients finaux, c'est la 1^{er} étape pour toute opération d'exportation.

Avant de procéder à l'établissement d'une offre sous forme d'une pro-format, le trader s'assure auprès du service planification export pour confirmer que la faisabilité de la vente pour la période requise à travers la disponibilité de la marchandise et des moyens de transports.

Chapitre III : Analyse de l'impact du couloir vert sur la procédure d'exportation au sein de l'entreprise CEVITAL SPA

2.1.1. Réception de la demande et l'établissement de la facture pro-format :

« ANTEI INTERNATIONAL SA » à reçu une demande d'achat de sucre raffiné par l'entreprise « SOEXIMEX 31-33 RUE DE PLEYEL 93200 SAINT-DENIS FRANCE ».

Après la réception de la demande le TRADER envoie une facture pro-format pour son client, cette dernière présenter sous la forme suivant :

Tableau 13: Les éléments de la facture pro-format

Les éléments	Détail
Expéditeur (nom, Adresse, Pays)	<ul style="list-style-type: none">- Le Complexe Agro-alimentaire CEVITAL ;- Nouveau Quai-port De BEJAIA ;- ALGERIE
Destinataire	<ul style="list-style-type: none">- SOEXIMEX 31-33 RUE DE PLEYEL 93200 SAINT-DENIS France.- TOGO
Moyen De Transport	Maritime
Incoterm	CFR
Poids	500Tonnes
Numéro De Facture	SCWS 19016/23
Date	22/03/2019
Période d'expédition	April 2019
Type De Sac	50kg
Coordonnées De La Banque	Housing-Bank (Adresse De La Banque, Numéro De Compte, Code SWIFT).
Conditions De Paiement	150 Jours à Compter La Date De Connaissance.
Ligne Maritime	MSC

Source : élaboré par nos soins à partir des données de CEVITAL.

Chapitre III : Analyse de l'impact du couloir vert sur la procédure d'exportation au sein de l'entreprise CEVITAL SPA

Après l'acceptation de l'offre par le client, le trader transmet tous les documents à CEVITAL pour l'exécution de la vente. L'incoterm utilisé est CFR TOGO et cela après avoir négocié les clauses de contrat telle que la quantité ; prix, le délai de livraison, le conteneur.

2.2. L'établissement de la notice d'expédition

Suite à un contrat de vente globale, transmis la commodité à Alger à fin de communiquer les instructions à l'unité de production au niveau de différentes directions situées à Bejaia ; pour délivrer les produits et la facture commerciale en envoyant « la notice d'expédition » (voir l'annexe 02) diffusé par courrier électronique au département « logistique export », mais également à l'ensemble des services concernés.

Cette notice porte le numéro SCWS190160 /23 du 22 /04/2019 ; qui est ce document déclencheur de toute l'opération d'exportation .Elle reprend tous les détails afférent à cette expédition ; à savoir :

- **Le nom et l'adresse de l'acheteur :** Nom, ANTE INTERNATIONAL SA ; adresse, Rue Prévot Martin S 1205 Genève Switzaerland ;
- **La quantité du produit :** le client passe une commande de sucre raffiné dont la spécification minimum 99.8 degress polarizatiom; maximum 45 Icumsa,maximum 0.04% ashes,maximum 0.06 noisture .
- **La quantité et le type de conditionnement :** le client passé une commande de 500 T de sucre raffiné dans les big- bags de type 50Kg.
- **Le conteneur et l'armateur :** le nombre de conteneurs (20) utilisé est de 20 TCS, la compagnie maritime choisie est MSC.
- **L'incoterm utilisé :** la vente va se faire en CFR ; CEVITAL va s'acquitter des droits de douane et taxe à l'export et le client « ANTE INTRENATIONAL SA » va s'acquitter les droits et taxe à l'import.
- **La liste des documents :** B/L ou le connaissance, certificat sanitaire, certificat d'analyse, certificat de poids...

2.3. L'établissement de la facture commerciale

La facture commerciale est établie par le département « TRADE » à Alger. Elle devra être domicilié auprès de la banque CEVITALE pour le compte de client ANE INTRENATIONAL SA.

Chapitre III : Analyse de l'impact du couloir vert sur la procédure d'exportation au sein de l'entreprise CEVITAL SPA

(Voir l'annexe 03) avec cette facture l'exportateurs fait une déclaration au niveau des douanes algériennes à fin d'avoirs autorisations, elle est présenter sou la forme suivante :

- Numéro de la facture ;
- La date ;
- Nom et adresse du client ;
- La description de la marchandise (unité, quantité, l'incoterm);
- Adresse du port du destinataire ;
- Adresse du pays d'exportateurs ;
- La période d'expéditions ;
- Le mode et la condition de paiement ;
- Les détails de la banque.

➤ **La liste de colisage**

Document du commerce international qui figure toujours dans la liasse documentaire et sur lequel sont répertoriés tous les colis constituant une expédition. Cette liste permet de vérifier la conformité de l'expédition a la commande, c'est à dire à la facture établie par le vendeur. Elle indique l'identification de chaque colis et donne également des totaux de l'expédition et l'emballage utilisé.

C'est un document exigé par la douane aussi bien à l'exportation qu'à l'importation. (Voir l'annexe 04) elle porte des détails suivants :

- Le numéro de la facture ;
- Port de chargement et déchargement ;
- L'adresse de client.
- **Description de la cargaison ;**
- 1000 Sacs de Sucre blanc raffiné ;
- Poids brut 50.16kg ;
- Poids net 50 .00 kg.
- **Quantité de la cargaison expédier/liste chargé**
- Poids net 50 000.00 kg ;

Chapitre III : Analyse de l'impact du couloir vert sur la procédure d'exportation au sein de l'entreprise CEVITAL SPA

- Poids brut 501 600 kg.

2.4. Réservation et mise à la disposition des conteneurs (Booking)

Après l'établissement de la facture commerciale, vient la notice d'expédition sera élaboré entre l'entreprise CEVITAL et son client dans un bref délai pour déterminer la quantité global, rappelons qu'il s'agit de 500T conditionnées dans des sacs appelées BIG-BAG ; Dans cette expédition, la technique de paiement effectué était 100% cash.

Le Booking comprend le volume, le prix, le nombre, la destination et le transit time des conteneurs (Délais de livraison des conteneurs) à la compagnie maritime choisi CFR ; il fait une demande de (la mise à disposition des conteneurs) à l'armateur qui l'établit et la transmet aux services douaniers pour la signer ; et l'envoie au service fret pour l'enlèvement des conteneurs pour vérification de leur conformité.

Le choix de cette ligne maritime est déterminé selon :

- **Le fret transport** : Varie d'une compagnie à une autre ;
- **L'incoterm** : Choisi par l'entreprise exportatrice ;
- **Le transit time** : Qui est la durée de l'expédition, entre le port de chargement jusqu'au port de destination ;
- **La franchise** : c'est la durée de location d'un conteneur ;
- **La franchise à destination** : c'est la durée du déchargement de la marchandise au niveau du port destination ;
- **Le routier** : C'est le chemin de la traversé.

Après la réception des conteneurs, le service de chargement et manutention se charge du nettoyage et de l'habillage de l'intérieure des conteneurs en papier Kraft pour protéger les sacs de Sucre contre l'humidité.

2.5. Le dédouanement

Une fois les conteneurs sont mis à disposition de l'entreprise « CEVITAL », le déclarant en douane de département transit-export doit obligatoirement effectuer plusieurs démarches :

- Dépôt de la démarche d'empotage et scellement des conteneurs chez la direction des douanes,
- La préparation du dossier pour la déclaration en douane :

Chapitre III : Analyse de l'impact du couloir vert sur la procédure d'exportation au sein de l'entreprise CEVITAL SPA

- La facture domiciliée,
- Le registre de commerce et le certificat d'origine,
- Le B/L ou le connaissement, (voir l'annexe 05)
- Certificat d'origine,
- Certificat d'analyse,
- La note de poids VGM (le volume globulaire moyen), (voire l'annexe 06).
- La demande d'autorisation d'accès au port à de direction de L'EPB ;
- Demande mise à quai à la brigade des douanes Bejaia :
- Un service d'inspection principale à la section (IPS) donne l'autorisation de déposer le dossier après avoir signé l'engagement de rapatriement des fonds de la facture en question, par la banque domiciliaire ;
 - Le déclarant en douane établit une déclaration définitive 1100 dite « D11 » (voir l'annexe 07) sur le système d'information de gestion autorisé de douane SIGAD ;
 - Un agent de la brigade commerciale (en douane) récupère le dossier auprès de l'inspection principale des opérations commerciales, l'agent se présenter sur site, à fin d'assister à l'emportage et le scellement des conteneurs ;
 - Le service recevabilité (douanier) désigne le circuit douanier, qui est une procédure de contrôle a ou documentaire et de vérification avant la validité de l'opération de dédouanement, il existe trois circuits :
 - **Le circuit vert** : ne sont pas soumise à un contrôle immédiat ni physique ni documentaire lors de l'enlèvement de la marchandise ; ce circuit est démontrer par rapport à la nature de la marchandise,
 - **Le circuit orange** : vérification documentaire,
 - **Le circuit rouge** : contrôle physique obligatoire plus le contrôle documentaire,

Comme le groupe CEVITAL est une entreprise d'investissement et de production, la douane lui accordé un statut d'opérateur économique agréé plus un circuit vert pour toutes ses opérations de dédouanement qui lui facilite les tâches et lui faire éviter tout éventuel retard et l'enlèvement sera autorisé systématiquement suivi d'un contrôle a postériori qui sera effectué par les services des douanes territorialement compétents.

Chapitre III : Analyse de l'impact du couloir vert sur la procédure d'exportation au sein de l'entreprise CEVITAL SPA

Après avoir reçu la lettre validée par l'agent de douane avec la mention (vues, empotées et scellées, nombre de TCs avec le nombre des scellés), l'inspecteur procède à la liquidation du dossier sur le système SIGAD.

2.6. L'impression du Bon à Enlever

Après le dépôt de la déclaration en détail, le déclarant procède immédiatement à l'impression du bon à enlever, et qui présente une déclaration officielle d'enlèvement (Admis au circuit Vert) ou d'embarquement de la marchandise sur le navire (Voir l'annexe n°08), dans le cas de transport maritime. Pour le transport routier, le déclarant ou transitaire doit présenter les documents au niveau des frontières.

Ensuite le déclarant dépose le dossier à l'inspecteur des douanes, s'il le confirme, le déclarant passe directement à la caisse pour acquitter ces droits et taxes, et le receveur des douanes nous délivre au déclarant une QUITTANCE sur le paiement (Voir l'annexe n°09) qui s'appelle aussi le recouvrement.

2.7 L'empotage et le scellement des conteneurs (TCS)

Parallèlement aux formalités douanières et après avoir fait une demande d'empotage et de scellement (Voir l'annexe n°10), le service de chargement et de manutention s'occupe du chargement des sacs de sucre raffiné dans les TCs préparés en présence d'un inspecteur en douane chargé de contrôler et de suivre l'opération, un agent de contrôle de qualité des produits agroalimentaires doit également attester la conformité des marchandises aux normes adoptées par CEVITAL (ISO 22000).

Une fois terminée avec l'opération d'empotage, la liste de TCs est vérifiée par le chargeur d'expédition. Cette vérification est une étape très sensible, qui consiste à :

- Vérifier le nombre de conteneurs s'il correspond au nombre de conteneurs dans la notice d'expédition ;
- Vérifier les références et le numéro de conteneurs ;

Une demande d'autorisation de scellement est faite auprès des douanes pour procéder au scellement, qui consiste à bloquer les conteneurs d'une manière à ce qu'il soit classé, ce dernier se fait en trois étapes :

- Le scellé des douanes ;
- Le scellé de la ligne maritime ;

Chapitre III : Analyse de l'impact du couloir vert sur la procédure d'exportation au sein de l'entreprise CEVITAL SPA

- Le scellé de la de la société de surveillance.

2.8. Le Bon De Mise à Quai

Le bon de mise à quai, se fait par l'autorisation des douanes Algériennes ; ce document contient le nom de l'agence qui est l'Agence de BEJAIA, est remise par la compagnie maritime MCSA, pour le compte de S.P.A CEVITAL pour qu'il soit chargé sur BC HAMBOURG à TOGO.

Ce document pour une liste jointe des numéros de série des conteneurs, dont il est obligatoire que cette déclaration, signée par le chargeur, doit être remise à la société avant tout départ de marchandise à quai. (Voire l'annexe n°11).

Sachant que dans cette étape, le service transit doit procéder à l'établissement d'une demande d'autorisation de mise à quai des conteneurs pleins (Voir l'annexe n°12) au niveau de la Brigade des douanes, à la police du port (BPFM) (Voir l'annexe n°13) et à la BMT.

Après avoir reçu l'avis favorable de la douane, la police du port intervient dans son rôle et procède à son tour à un éventuel control. Enfin vient le rôle de la BMT qui accorde à son tour l'autorisation finale de la mise à quai (Bon d'embarquement) qui doit être avisé par tous les intervenants et par l'entreprise elle-même.

2.9. L'embarquement des conteurs TCs

Une fois le navire arrive au quai, une autorisation d'embarquement doit être préalablement demandée à l'armateur et transmise à l'agent de service acconage de BMT et le commandant de bord (48heurs avant la date d'arrivée du navire). Qui va permettre d'entamer l'opération d'embarquement des conteneurs à bord du navire.

2.10. Le paiement

CEVITAL utilise dans ses transactions financière internationales une des techniques les plus sécurisé et très sûr, qui est le crédit documentaire ou la lettre de crédit irrévocable et Confirmées

Cette technique permet d'éviter le risque de non paiement et assure le paiement dans les brefs délais. Elle offre l'avantage d'être rapide.

Chapitre III : Analyse de l'impact du couloir vert sur la procédure d'exportation au sein de l'entreprise CEVITAL SPA

- Après réception de la marchandise par le client, la banque de l'importateur crédite le compte de CEVITAL (sur ordre de son client) et la banque de l'exportateur émet une attestation de rapatriement en faveur de CEVITAL.
- Le paiement au niveau de la banque 150 JOURS (5mois) et au niveau de la douane 6 mois à partir de la date de déclaration en douane.

2.11. Les différents documents exigés par le client

A. La facture commerciale domiciliaire

Comporte le numéro d'expédition, la compagnie maritime et l'adresse de livraisons. Elle contient aussi la description de la marchandise et la monnaie de facturation.

B. la déclaration en douane

Toutes les marchandises importées ou réimportées, destinées à être exportées ou réexportées doivent faire l'objet d'une déclaration en détail. La déclaration en détails est un acte par le quel de déclarant :

- Indique le régime douanier à assigner aux marchandises ;
- Communiquer les éléments requis pour les applications des D/T pour les besoins du contrôle douanier.

Cette déclaration ne doit pas dépasser un délai de 21 jours maximum de la date d'enregistrement du document par le quel a été autorisé le déchargement ou la circulation des marchandises. (Voir l'annexe 07) La déclaration en douane contient l'ensemble des éléments suivants :

Chapitre III : Analyse de l'impact du couloir vert sur la procédure d'exportation au sein de l'entreprise CEVITAL SPA

Règlement douaniers assignée aux marchandises (R1)	1100
Numéro de la feuille (R3)	0001
Nombre des articles déclarés (R4)	1 seul article
Bureaux frontières ou destinataire, le cas échéant (R5)	-Date : 17-04-2019 à 10 :17 Code-Bureau : 79 Bejaia-Port
Opérateur économique (R7)	SPA CEVITAL nouveau de port de Bejaia
Fournisseur ou destinataire a l'étranger (R15)	ANTE INTREBATIONAL rue de Prévost martin 5-1205 Genève.
Le code ... d'achat ou de vente (R 21-R 21)	592 destiné à 189
Déclarant (N°d'agrément ligne répertoire) (R26)	SPA CEVITAL nouveau quai port de Bejaia
Type d'opération (R11)	Exportatrice OEA
Condition de livraison (R13)	CRF
Nombre total des colis déclarés (R31)	1000 Colis
Pays de provenance ou première destination (R37)	Autre à sucre blanc 20 TCs sucre blanc en sacs de 50kg
Le poids total brut (R33)	501 600.00
Code d'origine (R39)	028
La valeur en douane de l'article (R42)	2 434 282 ,20
Poids net (R41)	50000 ,00
L'observation sur le type d'opération (R61)	Circuit vert /Exportation globale

Dans cette phase, le déclarant saisie toutes les renseignements concernant l'opération dans une salle informatique de douane. En suite, il procède à la validation de la déclaration en détail après avoir vérifié les informations saisies.

Enfin, la déclaration finale doit être imprimée sur un imprimé douane établi en quatre exemplaires :

- Exempleire douane de couleur blanche
- Exempleire banque de couleur jaune
- Exempleire retour de couleur verte
- Exempleire déclarant de couleur bleu

Chapitre III : Analyse de l'impact du couloir vert sur la procédure d'exportation au sein de l'entreprise CEVITAL SPA

Le déclarant signe la déclaration, appose le caché de l'entreprise CEVITAL ainsi sa griffe personnelle en agissant comme le premier responsable sur les énonciations apportées dans cette dernière.

C .Certificat d'origine

Le certificat d'origine est un document qui certifie la conformité et l'originalité d'un produit exporté par la nationalité. C'est-à-dire le sucre raffiné exporté par l'entreprise CEVITAL est certifié par la chambre de commerce algérienne, avec une durée de validité de 10 jours.

Ce certificat est accompagné par un 2^{ème} document officiellement qui est la déclaration sur l'honneur qui certifie le taux d'intégration et qui permet aux Etats d'appliquer leurs préférences tarifaires. (Voir l'annexe 14)

D .Le connaissement

Le connaissement (Bill of Lading) est le document d'accompagnement au transport, il s'agit d'un contrat de maritime (LTM) conclu entre le transporteur et le chargeur et d'un acte de propriété de la marchandise. En le délivrant le capitaine d'un navire (ou son représentant).

Reconnait avoir réceptionné les marchandises dans des conditions normales de transport ; il s'engage à le transporteur, et à le délivrer à destination. Le connaissement maritime est donc impératif pour effectuer ; puisqu'il correspond au billet de bateau appelé communément B/L ; il s'agit d'un modèle de document normalisé. (Voir l'annexe 05)

Les principales informations y étant contenues dans le BL sont :

- **Le nom et adresse de l'expéditeur :** CEVITAL SPA nouveau quai de port de Bejaia Algérie ;
- **Le nom et adresse destinataire :** POD, MSC LOME compagnie maritime Méditerranéenne TOGO SA ;
- **Le port de chargement :** Bejaia ;
- **Le port de déchargement :** LOME ;
- **Poids de marchandises transportées :** 50101200 ,000 kg ;
- **La date d'embarquement :** 21/04/2019 ;
- **Le lieu où le document a été créé et à la date à laquelle il a été établi :** Bejaia ,21/04/2019 ;

Chapitre III : Analyse de l'impact du couloir vert sur la procédure d'exportation au sein de l'entreprise CEVITAL SPA

- **Le numéro de B/L** : MSCUJ089834 ;

Le numéro de B/L est de suivi de l'envoi une copie de B/L suffit généralement pour la récupération, de l'expédition. Cependant, pour certaines destinations, l'original du B/L sera exigé.

2.12. Engagement de rapatriement

Cette engagement permet à CEVITAL SPA de rapatries ses fonds, une fois les fonds sont sur compte de l'entreprise la banque de l'entreprise la banque nous délivre une attestation de rapatriement, avant de dépasser le délai de 5 mois et à la douane de 6mois.

Cet engagement contient le numéro de la facture ; la date ; le montant ; le muer de domiciliation bancaire.

Après la réception, le montant de la devise sera payé en dollar il sera répartie en déférent fond (devise) à un taux de déclaration 50 % en dinar ; 30% en devise ; 20% la devise qui est sur le compte de l'exportateur.

Une fois les formalités administratives accomplies ; l'engagement de rapatriement des devises est alors déclaré par l'entreprise CEVITAL à l'égard de l'inspecteur principal au section des douanes IPS, d'où la nécessite pour l'entreprise d'envoyer spécifiquement et joindre bien évidemment la facture commerciale ; sur trois exemplaire et la douane accorde un accord du départ d'expédition et effectuer une déclaration système SIGAD et elle remet un document à l'entreprise pour justifier l'opération export (voire l'annexe 15).

3. L'évolution des exportations du sucre de CEVITAL SPA

Nous représenterons l'évolution des exportations de sucre de groupe CEVITAL durant La période 2013-2018

Chapitre III : Analyse de l'impact du couloir vert sur la procédure d'exportation au sein de l'entreprise CEVITAL SPA

Tableau 14: évolution du chiffre d'affaire en DZD et en qualité du sucre au sein de l'entreprise CEVITAL

		Valeur en DZD				
Année	2013	2014	2015	2016	2017	
Le chiffre d'affaire du sucre a l'exportée en DZD	87822020290	90454680899	93170381326	96897196579	99804115793	
La quantité de sucre à 'export (Tonnage)	45878305	463344.04	493630.64	504369.43	524515.4	

(Suite)

Année	2018
Le chiffre d'affaire du sucre a l'export en DZD	107282150045
La quantité de sucre à 'export (Tonnage)	1634538.22

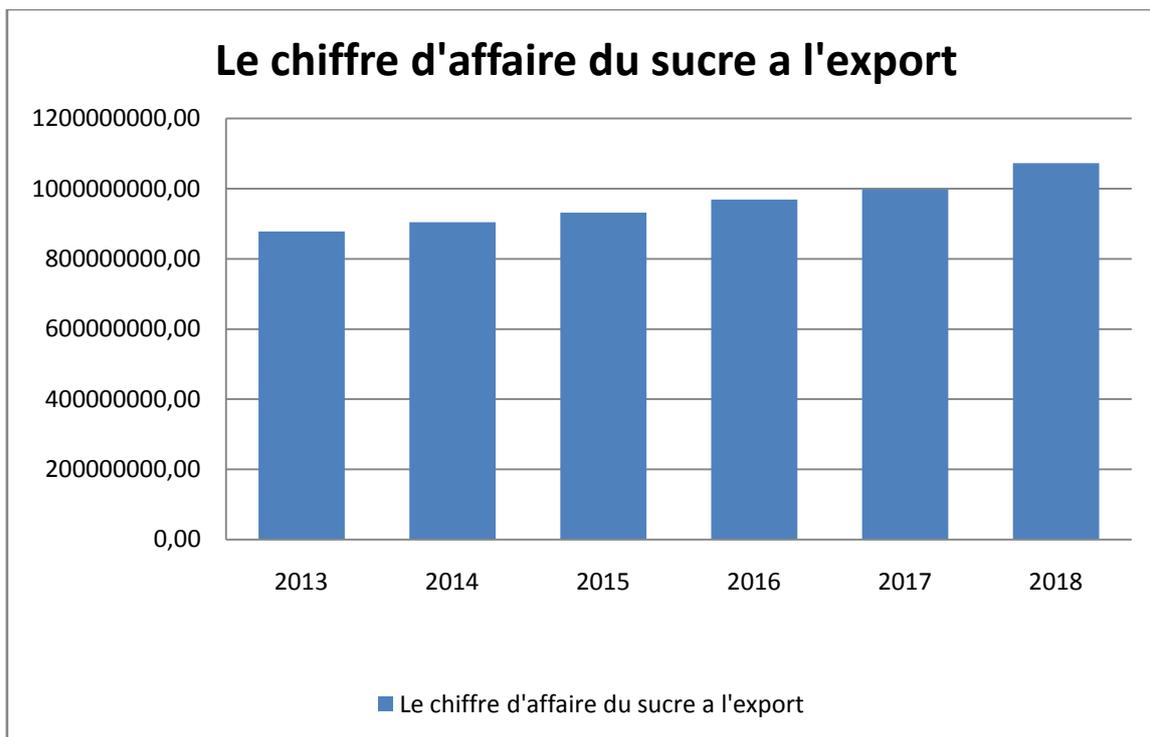
Source : Donnée interne de l'entreprise Cevital .

Grace à cette capacité de production CEVITAL SPA à satisfait le marché national à 80% et les 20% restant sur le marché international.

CEVITAL SPA possède une large liste des clients parmi ces clients étrangers (pour le produit sucre) sont les suivants : le Royaume Unis, Doubaï, La France, La Syrie, La Lybie, La Suisse, Les Pays-Bas, Tunisie, Iraq, La Belgique, L'Italie, Suède, Allemagne, Sénégal, Grèce, Cameroun, Togo, Bulgarie.

Chapitre III : Analyse de l'impact du couloir vert sur la procédure d'exportation au sein de l'entreprise CEVITAL SPA

Figure 7: Evolutions des chiffres d'affaire du sucre à l'export.



Source : Construction personnelle à partir des données du Tableau.

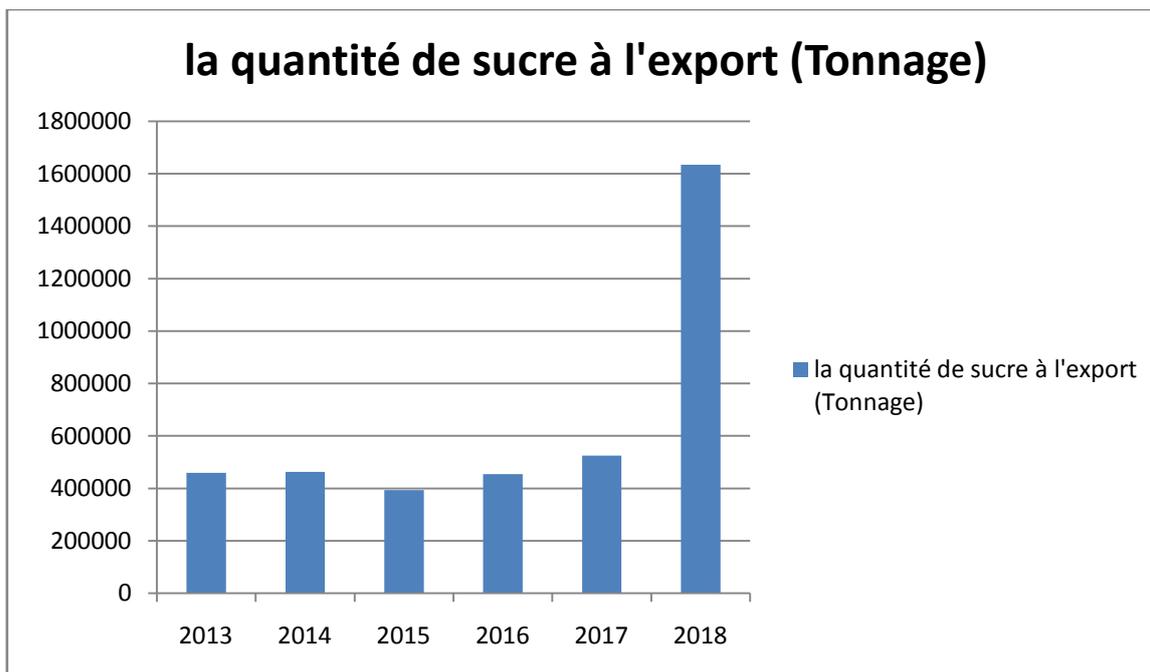
D'après l'analyse des données de (tableau n°14) et l'histogramme (Figure n°07) ci dessus nous constatons que le chiffre d'affaire du sucre à l'export a connu une augmentation successive durant les six dernières années de 2013 à 2018, en passant de 87822020290Da en 2013 et 107282150044Da en 2018.

Cette évolution a été à partir le début de l'accord avec la zone de libre échange ou les pays ont intérêt d'échanger entre eux, et l'absence des barrières (douanier) en ce commerce) ; Alor CEVITAL SPA à profiter d'avantage de cette accord pour :

- Fédérer autour d'un projet dont être ambitieux ;
- Développer à l'export une source d'évolution pour l'entreprise ;
- Contribuer à améliorer la notoriété de l'entreprise ;
- S'informer sur la concurrence étrangère ;
- Contribuer à dynamiser l'entreprise ;
- Alimenter les idées d'innovation ;
- Satisfaire la demande étrangère ;
- Diversifier sa production.

Chapitre III : Analyse de l'impact du couloir vert sur la procédure d'exportation au sein de l'entreprise CEVITAL SPA

Figure 8: Evolution en quantité du sucre à l'export



Source : construction personnelle a partir des données de CEVITAL SPA.

Pour la quantité de sucre, on remarque dans le tableau 14 et la (Figure n°08) que CEVITAL SPA agroalimentaire à exportes une quantité des sucres équivalente à 458783 tonnes en 2013. Par apport à l'année 2018, une augmentation continue durant les années précédentes dont la quantité exportée est de 1635682 tonnes.

Cette augmentation est engendrée à partir des stratégies à long terme utilisés par CEVITAL SPA, à cet effet d'évoluer la technologie qui crée de nouveaux matériaux, de mettre un objectifs de pénétration qui exige une mise en relation entre l'entreprise et le marché, sur les habitudes du consommateur, quel type de produit préféré, de vendre à un prix pratique, et elle cherche aussi de couvrir l'ensemble de marché national pour garantir la place de leader et optés vers le marché mondial.

Remarque

L'avantage d'évolution de l'entreprise CEVITAL SPA à l'export est dû grâce aux facilitations douanières et la prospection.

Chapitre III : Analyse de l'impact du couloir vert sur la procédure d'exportation au sein de l'entreprise CEVITAL SPA

4. Etude comparative entre le circuit vert et le circuit rouge au sein de l'entreprise CEVITAL SPA

Tableau 15: Comparaison entre circuit vert et circuit rouge au sein de CEVITAL SPA.

Le circuit vert	Le circuit rouge
La déclaration en douane :(voir l'annexe 07) Case n°11 : type d'opération exportation OEA.	La déclaration en douane :(voir l'annexe 16) Case n°11 : type d'opération revente en Etat.
Bon à enlever :(voir l'annexe 08) Admis circuit vert.	Bon à enlever :(voir l'annexe 17) Autorisé par : nom de l'inspecteur (circuit rouge).
La durée : 3heurs pour liquider la marchandise (vérification se fait a posteriori).	La durée : l'administration des douanes à 8 jours pour dédouaner la marchandise pour une déclaration qui est conforme.
Aucune vérification physique et documentaire de la marchandise.	La vérification de la marchandise se fait dan l'immédiat.
Le paiement et acquittement des droits et taxes sans chèque visé (normaux).	Le paiement et acquittement des droits et taxes sur les chèques dépassant les 1000 (milles) DA doivent être certifiés par la banque.
Gagner du temps et plus rapide pour les facilitations douanières.	Cette opération est longue pour les facilitations douanières.
Le plus avantageux en terme (les coûts, le temps 3h, les facilitations douanières).	Aucun avantage pour l'entreprise en terme (Les coûts, le temps 8j, les facilitations douanières).
Temps moyen de séjour avant l'obtention d'OEA : maximum une journée	Temps moyen de séjour avant de l'obtention d'OEA : 11 JOURS
L'emportage : sans présence de l'agent des douanes à	L'emportage : Obligation de présence pour l'agent des

Chapitre III : Analyse de l'impact du couloir vert sur la procédure d'exportation au sein de l'entreprise CEVITAL SPA

l'emportage (relation de cofinance avec la douane).	douanes à l'emportage.
Coût : Les frais portuaires comme manutention, déchargement, passage, manipulation, les séjours de la marchandise, gardiennage et sécurité sont minimisés ou presque exclus.	Coût : Les frais portuaires comme manutention, entreposage suite la visite, gardiennage sécurité doit être inclus.

Source : réalisée par nous-mêmes

Les dispositifs des facilitations douanières prévus dans le code des douanes à contribué à encourager l'esprit de l'entreprise, à libérer l'initiative et à lever certaines entraves bureaucratique dans le processus d'exportation. Le retard accumulé en matière de soutien et de promotion des exportations Hors Hydrocarbures doit-être comblé. Dans ce tableau n°15 nous avons présenté la différence entre le circuit vert et circuit rouge. Pour mettre en place le dispositif qui peut gérer la situation.

Le circuit vert est un mécanisme de facilitation des opérations de dédouanement des marchandises, au sein de l'entreprise CEVITAL SPA le circuit vert rationalise les coûts générés par les procédures douanières et minimise l'intervention humaine des la procédure de dédouanement par l'exploitation des techniques modernes de gestion de risque, accélération des procédures et la fluidité des opérations de commerce extérieur.

CEVITAL SPA améliore la gestion interne de son entreprise telle que pour éviter la rupture des stocks et le nombre de personnel est restreint.

5. Les Facilitations douanières accordées à l'entreprise CEVITAL

Le groupe CEVITAL à reçu 04 février 2013 de la direction générale des douanes, l'agrément du statut d'opérateur économique agréé « OEA ».

En effet, la filiale CEVITAL agroalimentaire de Bejaia à été sélectionnée pour recevoir ce statut ; sur la base de transparence en terme d'activités commerciales et douanières.

Le groupe CEVITAL bénéficie des facilitations et simplifications des procédures de dédouanement. Ces facilitations sont suivantes :

Chapitre III : Analyse de l'impact du couloir vert sur la procédure d'exportation au sein de l'entreprise CEVITAL SPA

5.1. Bénéfice du circuit vert

C'est une procédure qui permet de disposer directement de ses marchandises dès le dépôt de la déclaration en douane ; le contrôle des documents et vérifications des marchandises devant se faire à posteriori.

Cette procédure est réservée aux opérateurs économiques qui remplissent certaines conditions, elle est connue sur la base des critères de sélection établit par la douane.

Les avantages que procure le recours de circuit vert basé sur le système de gestion des risques sont :

- Faciliter la fluidité des opérations du commerce extérieur ;
- Le volume du trafic exige qu'une sélection soit opérée ;

La sélection des opérations à contrôler doit reposer sur l'analyse du risque d'où doivent découler un certain nombre critères fondé sur :

- La fiscalité (marchandise fortement taxée) ;
- Le degré de sensibilité à la fraude ;
- L'antécédents des opérateurs (importateurs, fournisseurs, déclarants en douane) ;
- L'origine de la marchandise ;

L'entreprise CEVITAL à respecté trois conditions inclusives qui doivent être remplies pour être éligibles au circuit vert et disposer directement de sa marchandise. Il s'agit :

- **La disposition d'un crédit d'enlèvement** : l'entreprise CEVITAL de Bejaia dispose un crédit d'enlèvement, d'un montant de 100 millions de DA ;

- **De la tenue d'une comptabilité au réel** : la SPA CEVITAL couvre largement la condition ;

- **De la jouissance d'une bonne moralité fiscale** : l'entreprise CEVITAL n'a pas d'antécédents contentieux.

Chapitre III : Analyse de l'impact du couloir vert sur la procédure d'exportation au sein de l'entreprise CEVITAL SPA

5.2 .Facilitation accordée dans le cadre du statut OEA :

Le statut de l'OEA permet aux opérateurs économiques de bénéficier de plusieurs facilitations douanières en matière l'accélération, traitement prioritaire de leurs marchandises et simplification de procédure dédouanement notamment :

- Un statut d'opérateur économique agréé : il à permet d'avoir un système information qui est connecté à distance pour lui permettre de faire la saisie des déclarations en douane dans ses propres bureaux. Ce système a pour objectifs de faciliter et d'accélérer la procédure de dédouanement et de réduire le temps de déplacement pour faire la saisie aux bureaux de douane. ;

- L'orientation des déclarations en douanes vers le circuit vert ce qui signifie un enlèvement rapide et sans contrôle physique des marchandises (contrôle immédiat) ;

- En cas de contrôle, traitement prioritaire des marchandises avec visite sur le site ;

- Le dédouanement à distance et visite sur le site ;

- L'acceptation, pour le paiement des droits et taxes, la remise de chèque non certifié ;

- La simplification du dossier de dédouanement avec la suppression de la production des suivants : la carte NIF (numéro d'immatriculation fiscale) et la copie de registre de commerce ;

- Pour le cas de transfert de marchandise, l'opération bénéficiera de toutes les facilitations nécessaires, notamment les déclarations, simplifié le transfert de marchandise en dehors de circonscriptions régionale ;

- Le contrôle pour le scanner lors de l'enlèvement des marchandises se fait d'une manière aléatoire opéré par ciblage automatisé ;

- L'obligation de renseigner la déclaration des éléments de valeur (DEV) à chaque opération de dédouanement ne sera pas appliquée aux OEA qui effectuent des importations ou exportations sous couvert de contact domiciliés. Ceux-ci ne seront tenus de fournir une

DEV qu'à la première opération sera rapportant au contrat concerné, à la condition que les termes de transaction ne soient pas modifiés ;

- Réductions du nombre des vérifications physiques et des contrôles documentaires.

Chapitre III : Analyse de l'impact du couloir vert sur la procédure d'exportation au sein de l'entreprise CEVITAL SPA

5.3. Les avantages et les inconvénients des facilitations douanières accordé à de l'entreprise CEVITAL SPA

Le chef de département transit de l'entreprise CEVITAL SPA nous a donné quelques avantages et inconvénients qui sont présentés comme suit :

A. Les avantages des facilitations

Les initiatives en matière de facilitation des échanges profitent à la fois aux milieux commerciaux et au gouvernement. Les milieux commerciaux bénéficient d'une meilleure compétitivité sur les marchés nationaux et internationaux en raison de la réduction des délais et des coûts grâce à une circulation transfrontalière prévisible et rentable des marchandises. Les administrations nationales, quant à elles, peuvent utiliser des procédures modernes visant à améliorer les contrôles, assurer une perception correcte des recettes et, en même temps, contribuer au développement économique grâce à des échanges accrus et à l'encouragement des investissements étrangers.

L'entreprise CEVITAL SPA, nous informe que les facilitations douanières ont un rôle très important dans le développement et l'amélioration de ses activités, à cet effet l'entreprise CEVITAL réalise des résultats très satisfaisants.

B. Les inconvénients des facilitations

D'après le guide d'entretien accordé au service on a constaté que l'entreprise CEVITAL SPA ne porte aucun inconvénient depuis le recouvrement au circuit vert.

Chapitre III : Analyse de l'impact du couloir vert sur la procédure d'exportation au sein de l'entreprise CEVITAL SPA

➤ Synthés

L'entreprise CEVITAL à exporté ses produits à plusieurs pays du monde, ce qui fait d'elle un important producteur et exportateur pour l'Algérie.

Dans plusieurs transactions des opérations de dédouanement des marchandises au niveau du commerce extérieur, la facilitation douanière (CIRCUIT VERT) simplifie la procédure de dédouanement en termes de temps et de coût, et son développement puis qu'elle n'entraîne aucun inconvénient soit sur le stockage ou-bien sur la production.

Conclusion

Le développement des exportations hors hydrocarbures en Algérie est ; depuis plus d'une décennie, au centre d'une attention particulière des pouvoirs publics qui ont mis en place des mesures d'encadrement destinés à promouvoir la production algérienne sur le marché extérieure.

Cette démarche est traduit pas la mise en ouvre de mesure incitatives et de facilitation à savoir les mesures réglementaire, mesure initiatives, mesure institutionnelle, facilitation à l'exportation.

A travers le modèle de modernisation, l'administration des douanes s'est engagée dans une politique de partenariat avec l'entreprise CEVITAL SAP, pour répondre aux déficit d la mondialisation de l'économie, la libéralisation des échanges internationaux et la promotion de l'investissement.

Le circuit vert apportée à l'entreprise CEVITAL SPA repose essentiellement sur le concept de concentration et de facilitation tendant l'assouplissement des procédures d'acheminement des marchandises de lieu d'expédition au lieu de destination, par des mesures tendent à :

- La réduction des délais de dédouanement ;
- La réduction des frais en douane ;
- L'accomplissement des entreprises dans la prospection des marchés extérieure.

Conclusion Générale

Conclusion Générale

Nous avons tout au long de ce travail tenté d'analyser la politique de soutien aux exportations hors hydrocarbures établie par le gouvernement algérien et ayant affiché pour objectifs : réussir et diversifier les secteurs à l'exportation, et de démontrer l'impact de couloir vert sur la procédure d'exportation.

La situation économique actuelle de l'Algérie reste très inquiétante, l'importance du commerce extérieure concentré sur la branche des hors hydrocarbures qui assure l'essentiel des exportations en Algérie, et constitue le principal moteur de l'économie, c'est cette branche qui lui procure la quasi-totalité de ses ressources extérieures, en devise et qui la maintient dans la catégorie de pays mono exportateurs.

A terme de la recherche et le stage effectué au sein de complexe Agroalimentaire CEVITAL de Bejaia, à la direction transit/export, nous avons apportés des éléments de réponses à l'ensemble des questions posées tout au début de notre étude ainsi qu'à notre problématique à savoir :

L'entreprise exportatrice doit principalement par une bonne maîtrise de ses ventes, gérer efficacement ses opérations d'exportation, économiser du temps, de l'argent et de favoriser une utilisation optimale des ressources en devise. Généralement, le processus d'exportation est répartie en cinq étapes essentiellement : le diagnostic export, les marchés cibles, une stratégie marketing propre au produit et au prix, l'exploitation et en fin les moyens de financement.

En premier lieu, nous avons traité dans notre travail un contrat signer avec SKOR INTERNATIONAL pour exporter le produit sucre raffiner à TOGO.

En deuxième lieu, nous avons exposé les différentes facilitations douanières mises en place au profit de l'entreprise CEVITAL dans le but de les accompagner tout un long du processus d'échange. Pour cela, la simplification des procédures de dédouanement, l'opération économique agréée et la facilitation en matière des régimes douaniers économiques s'embent être nécessaire pour atteindre ces objectifs.

Et en fin d'étudier et d'évaluer les facilitations douanières, nous avons procédé à l'analyse d'un guide d'entretien à travers lequel nous avons obtenu les résultats suivants :

CEVITAL à bénéficié du circuit vert ce qui constitue une facilitation importante de dédouanement de la marchandise sans contrôle physique, et contrôle immédiat.

Conclusion Générale

Son objectif nettement pour la réduction de délais de dédouanement de la marchandises, de la réduction des frais en douanes, , donc cela lui à évité les frais de transport et lui fait gagner de temps.

En règle générale aucune marchandise ne peut être retirée de bureau des douanes sauf si les droits et taxes sont acquittés. En d'autre terme aucune marchandise ne peut être enlevée sans l'autorisation des services de douane.

Il reste à savoir que CEVITAL occupe d'un statut opérateur économique agréé grâce au conflit politique que l'Algérie vie actuellement ce qui as donné inconvénient à l'entreprise de passer de circuit vert au circuit rouge.

Nos travaux de recherche au sein de l'entreprise CEVITAL, nous permet de vérifier et analyser les deux hypothèses posées dans notre introduction, ce qui montre vraiment le grand rôle de Couloir Vert pour les exportateurs.

La recherche des analyses qu'on à effectué, nous à permis de vérifier les deux hypothèses, sachant que l'hypothèse une et l'hypothèse deux sont carrément vérifiées, ce qui montre l'impotence de ce dispositif pour les exportations, reste maintenant que ce dispositifs est-il vraiment seul efficace pour doper les exportations Hors Hydrocarbure ?.

Bibliographie

1. Ouvrages

- BARRELIER A. et al, « **Exporter : pratique du commerce international** » Editions Foucher, Paris 2003.
- Corinne PASCO-BERHO, Hélène LE-STER-BEAUMERUIELLE « **Marketing international** » DUNOD, Paris, 2007.
- DELACOLETTE Jean « **Les contrats de commerce internationaux** » ; Edition de Boeck, Bruxelles, 1996.
- DIEMER. A, « **Principes d'économie politique** », Edition, Economica, Paris, 2013.
- Ghislaine. Legrand, Hubert Martini. « **Commerce international** », 2eme édition, DUNOD, Paris 2008.
- HARBER D., « **Les sogo shosha : comment les sociétés de commerce international japonaises gèrent le monde**», Paris, Editions Economica, 1993.
- J.Duboin.et F.Duphil.et J.Paveau, « **Exporter : pratique du commerce international** », les Edition FOUCHER 25^e, Malakoff, 2015.
- JEAN-LOUIS AMELON, JEAN-MARIE CARDEAT « **Les nouveaux défis de l'internationalisation** » 1^{er} éditions des boack, bruxelles, 2010.
- JOFFRE. P, « **L'entreprise de l'exportation** », Edition. Vuibert, Paris, 1987.
- LEMAIRE J. Paul, « **Stratégie d'internationalisation : développement international de l'entreprise** », Edition Donud, Paris2007.
- Levinson. M, « **La politique commerciale stratégique** », in Problèmes économiques, juin 1989.
- MANTOUSSE. M, « **100 Fiches pour comprendre les sciences économiques** », Edition, Bréal, Paris, 2005.
- MAYHOFER. U, « **Le Management stratégique** », Eddition. Bréal, 2007.
- MERCIER-SUISSA C.et BOUVERET-RIVAT C., « **L'essentiel d stratégies d'internationalisations de l'entreprise** » ;Gualino Editeur ;E JA -Paris,2000.
- MONOD Didier-Pierre, « **Moyens et techniques de paiements internationaux** », Editions ESKA, Paris 2007

- MUCCHIELLI J-L, MAYER T, « **Économie international** », Edition. Dalloz ; Paris,2005.
- PASCO-BERHOC., « **Marketing International** », Editions Donud, Paris, 2002.
- Paveau, F. Dauphil, « **Exporter, pratique du commerce international** ».24^{ème} édition, Edition Foucher.MALAKOFF, 2013.
- Ricardo D, « **Des principes de l'économie politique de l'impôt** ». Chicoutimi : J-M. Tremblay, 2002.
- ROUANE R, «**Le marketing direct international au service des exportation algériennes hors hydrocarbure** », achevé d'imprimer sur les presses ENG, Réghanaia, Algérie, 2010.
- Vernon R (1966), « **International investment and International Trade in the product Cycle**»; Quarterly Journal of Economics.

2. Article et revues

- Ati Tarik ; « **Les exportations hors hydrocarbure Algérien** », à l'occasion de la tenue Maghreb, Paris les 5 et 6 Février 2008.
- BOUHACI Fatima, « **Accès au marché international : les européens restreints, les arabes lointains** », Revue de l'Éco n° 51/ du 1er au 15 octobre 2012, Alger.
- BOUZIDI Abdelmadjid, « **L'après pétrole : mais oui, il nous faut des zones franches d'exportation** », le Soir d'Algérie du 02/05/2012.
- CEMTO (Centre d'études des transports pour la Méditerranée), « **Le secteur logistique sur la rive sud de la Méditerranée occidentale** », octobre 2010.
- DECALUWE-B, COKBURN-J et VEZINA-S, étude d'incitation et de protection effective de la production en Algérie, in IDE 2001.
- Forum des Chefs d'Entreprises, « **Indice du forum pour la performance de l'entreprise algérienne** », Alger Janvier 2011.
- GAUTRIEAUD Stéphanie, « **Le risque pays : approche conceptuelle et approche pratique** », Centre d'Économie du développement – Université Montesquieu Bordeaux IV. Tiré du site www.fichier.pdf.fr/2011/05/06/ceddt72/ceddt72.

- GRINE Salim « **Payer les armateurs en devises est un handicap pour l'exportation** », Directeur des exportations à IMC (Industries Médico-chirurgicales), entretien réalisé par la Revue L'Éco n° 51 /du 1er au 15 octobre 2012, Alger.
- Organisation de Coopération et de Développement, Revue de l'OCDE sur le développement, Paris 4^{ème} Editns2008. Page17.
- PANTIN François, « **La conduite du processus d'internationalisation par les compétences de l'équipe dirigeante : cas d'une moyenne entreprise française** », Revue Management et Avenir 2004/2 (n°2), Editions Management Prospectives Editions.
- SIROEN Jean Marc, « **l'OMC et la mondialisation des économies** », Centre d'Etudes et de Recherches Economiques et Sociales Appliquées, Paris, 1998.

3. Séminaire, Rapport et études

- Algex, « **L'impact de accord de libre échange sur les échanges de l'Algérie avec la grande zone arabe de libre échange-1er semestre 2010** », Août 2010.
- ECOtechnics, « **Diagnostic de la réglementation des exportations hors hydrocarbures** », étude pour ANEXAL-NAED(SFI) Mars 2004.
- MAUREL Carole, « **Considérations financières et performance export dans les PME vitiviniholes françaises** », colloque international "Vulnérabilité des TPE et des PME dans un environnement mondialisé"; 11ème journée scientifique du réseau entrepreneuriat du 27 au 29 Mai 2009.
- MEDEF - Commission-International, « **L'indispensable de l'export : les dispositifs d'appui et les interlocuteurs de l'export** » L'Indispensable de l'export - juillet 2008.
- Ministère du commerce-Direction de la promotion des exportations, « **Recueil relatif avantages et facilitations accordées aux exportations hors hydrocarbures** », Avril 2007.
- Ministre du commerce, « **Bilan des actions des secteurs du commerce réalisées durant la période 1962-2012** », Mai 201

- NIOSI Jorge, ZHEGU Majlinda, «**Étude sur l'accompagnement à l'internationalisation des petites et moyennes entreprises québécoises**», Université de Québec à Montréal, Août 2011.
- OULARBI S « **Les exportations hors hydrocarbures en Algérie : quelles contraintes et quelles stratégies pour leur développement ? le rôle de l'Etat dans l'accompagnement des PME exportatrices Etude comparative avec la France** ».Université Alger 3.
- Rapport de la Direction Générale Des Douanes Algérienne sur le Commerce Extérieure, Année 2018.
- République Algérienne Démocratique et Populaire Ministère du Commerce : « **les exportations hors hydrocarbures algériennes** », 2008.
- ROUBAUDJ .F, « **Gagner la bataille de l'exportation avec les PME** » les avis du Conseil Économique et Social et Environnemental, les éditions des JOURS NAUX OFFICIEL'S, Paris, 2012.
- Statistique tirés du rapport de la direction générale des douanes sur le commerce extérieur de l'Algérie pour la période des deux mois de l'année 2019.

4. Mémoires et thèse

- Brahmi Souad ; « **La libéralisation du commerce extérieure de l'OMC avec référence cas de l'Algérie** ». Université d'Oran, 2010-2011.
- LECERF M., « **Les petites et moyennes entreprises face à la mondialisation** », Thèse de doctorat, Université de Paris I- PANTHEON – SORBONNE U. F. R. D'ECONOMIE, 2006.

5. Références législatives et réglementaires

- Article 5 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.

- Articles 174 à 185 du code des douanes.
- L'instruction n°07-2002 du 26 Décembre 2002 modifiant les dispositions de l'instruction 22-94 du 12 Avril 1994.
- Les articles de 193 à 196 du code des douanes et la décision du Directeur Général des Douanes n°13 du 03 février 1999 relatifs à l'exportation temporaire.

6. Références web

- <http://www.Algex.dz>
- <http://www.bank-of-algeri.dz>
- <http://www.caci.dz>
- <http://www.cagex.dz>
- <http://www.cci.fr>
- <http://www.cmpe.orgna>
- <http://www.cnccef.org>
- <http://www.coface.fr>
- <http://www.commerce-exeteriure.gov.fr>
- <http://www.douane.gouv.fr>
- <http://www.dree.org>
- <http://www.eacce.org.ma>
- <http://www.exportations-algerie.org>
- <http://www.fccism.cci.ma>
- <http://www.l'entreprise.fr>
- <http://www.ma.eulerhermes.com/fr/>
- <http://www.oseo.fr>
- <http://www.reptme.fr/economie/321risque-exportation.html>
- <http://www.risque-exportation.html>
- <http://www.safex-algerie.com>
- <http://www.smaex.com/>
- <http://www.ubifrance.dz>
- <http://www.uccife.org>

Liste des annexes

N °de l'annexe	Intitulé de l'annexe
1	Évolution de la structure de commerce extérieur algérien depuis l'année 2001
2	La notice d'expédition
3	La facture commerciale
4	La liste colisage
5	Le connaissement
6	Le volume globulaire moyen
7	La déclaration en douane
8	Bon a enlever
9	La quittance
10	L'empotage et scellement des conteneurs
11	Bon de mise A quai
12	La demande d'autorisation de mise à quai des conteneurs plein au niveau de la brigade des douanes
13	La demande d'autorisation de mise à quai des conteneurs plein au niveau du port de Bejaia
14	Certificat d'origine
15	Engagement de rapatriement
16	La déclaration en douane
17	Bon a enlever
18	Le guide d'entretien distribué au sein de l'entreprise CEVITAL

**Annexe n°01 : Evolution de la structure du commerce extérieur algérien depuis l'année
2001**

**EVOLUTION DE LA BALANCE COMMERCIALE DE L'ALGERIE PERIODE :
Années 2001 à 2018**

En Millions de DA

Libellés	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Importations de marchandises (CAF) (M)	764 862,4	957 039,8	1 047 441,4	1 314 399,8	1 493 644,8	1 558 540,8	1 916 829,1
Exportations de marchandises (FOB)	1480335,8	1501191,9	1902053,5	2337447,8	3421548,3	3979000,9	4 214 163,1
Balance commerciale (FOB-CAF)	715473,4	544152,1	854612,1	1023048,0	1927903,5	2420460,1	2 297 334,0
Taux de couverture (%) (FOB/CAF)	193,5	156,9	181,6	177,8	229,1	255,3	219,9
Le PIB	4227113 ,1	4522773,3	5252321,1	6149116,7	7561984 ,3	8514843,3	9366565,9
M/PIB (%)	18,1	21,2	19,9	21,4	19,7	18,3	20,5

(Suite)

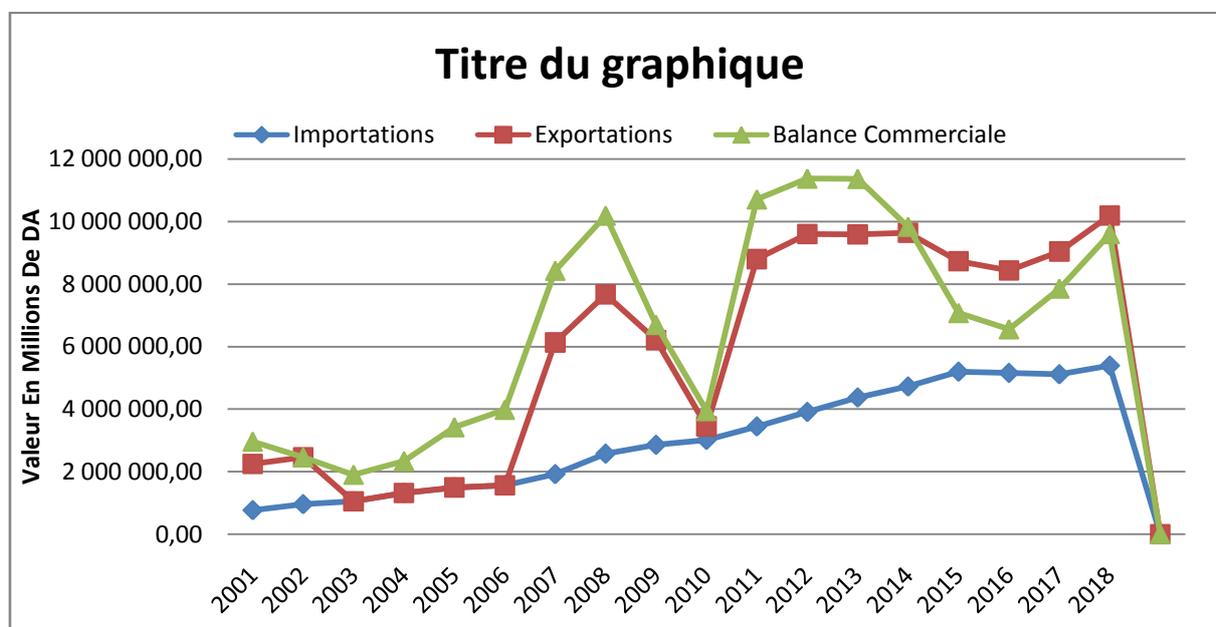
Libellés	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Importations de marchandises (CAF) (M)	2572033,4	2854805,3	3011807,6	3442501,6	3907071,9	4368548,4	4719708,3
Exportations de marchandises (FOB)	5095019,7	3347636,0	433587,4	5354510,3	5687369,4	5217099,8	4917598,2
Balance commerciale (FOB-CAF)	2522986,3	492830,7	1321779,7	1912008,8	1780297,5	848551,4	197889,8
Taux de couverture (%) (FOB/CAF)	198,1	117,3	143,9	156,1	145,6	119,4	104,2
Le PIB	11077139,4	10006839, 7	12034399, 0	14481007, 8	16208698, 40	16647919,0	17228597, 8
M/PIB (%)	23,2	28,5	25,0	23,8	24,1	26,2	27,4

(Suite)

Libellés	2015	2016	2017	2018
Importations de marchandises (CAF) (M)	5193459,7	5154776,8	5111297,6	5387655
Exportations de marchandises (FOB)	3537186,7	3277716,4	3928295,6	4800538
Balance commerciale (FOB-CAF)	-1656273,0	-1877060,4	-1183002,0	-587117
Taux de couverture (%) (FOB/CAF)	68,1	63,6	76,9	89
Le PIB	16712685,1	17525109,4	18594112,0	–
M/PIB (%)	31,1	29,4	27,5	–

Source : Office national des statistiques(ONS) : évolution des échanges extérieurs de marchandises de 2001 à 2017, Alger, Office National Des Statistiques, Décembre 2018, Page 15.

Evolution de la balance commerciale de l'Algérie depuis 2001



Source : Construction personnelle d'après les données de l'Office National Des Statistiques (ONS).

Annexe 02

OK

MSCUBJ 08983H

05/04

SCWS19016/23		27/03/2019	
Client:	1 (ANTEI International SA)		
Address :	Rue Prévost-Martin 5, 1205 Geneve , Switzerland		
Client Ref#:		Phone ext:	301723
Executed by:	Chahrazed Khoumri		
Commodities:	White Refined Sugar		
Specifications:	Minimum 99.8 degrees polarization, maximum 45 Icumsa, maximum 0.04% ashes, maximum 0.06% moisture.		
Tonnage:	500	Bag type:	50 KG
Total unit:	10000	Unit/20 FTx	500
20 FT #:	20	Tonnage/20 FT:	25
Markings:	Export - Trilingual	Pallets:	
Surveyors:	SGS	Delivery:	Containers
Nomination date:	22/03/2019	Shipment period:	April, 2019
Sailing week:	WEEK 16	Selling incoterm:	CFR
POD:	LOME	Destination:	TOGO
Shipping line:	MSC	Vessel/Voyage #:	TBN

X

Documentary instructions:

Type of Document	Entities	Original	Copies #
B/L	MSC	3	4
COO	CCI Bejaia	1	4
Packing List	Transit & SGS	1	3
Sanitary Certificate	Manufacturer	1	3
Non Radioactivity certificate	Manufacturer	1	3
WQP Certificate	SGS	1	3
Weight Certificate	SGS	1	3
Certificate Of analysis	SGS	1	3

Goods description: WHITE REFINED SUGAR

B/L Marked: Freight prepaid
 Shipped on board
 Agent at destination
 Number of Free Days at Destination

Shipper: Cevital Spa
Consignee: TO ORDER
Notify: SOEXIMEX
 31-33 RUE PLEYEL
 93 200 SAINT-DENIS
 France

REMARK : To show in the Bill of Lading's body « GOODS IN TRANSIT »

Consultation & modification : Nabila Henane

BL etabli
COO etabli

ANNEXE N° 3

Cevital Spa

Address: Nouveau Quai - Port de Bejaia - Bejaia - Algeria
Phone: + 213 (0) 34 20 20 00 / Fax +213 (0) 34 21 27 73
RC: 06/00 - 0003802 B98 - NIF: 099806000380297

COMMERCIAL INVOICE

Invoice n°: **SCWS19016/23**
Date: **10/04/2019**
Client: **Antei International SA**
Address: **Rue Prevost Martin 5- 1200 Geneva, Switzerland**

AHCEME Ahmed Ouamer
Directeur d'Agence

CHAOU Mohamed
Chef de Service
Commerce Export



Description of goods	Unit	Quantity	CFR Price/Unit (USD)
White Refined Sugar Min 99.8 polarization Max 45 Icumsa Max 0.04 ashes Max 0.06 Moisture In 20 x 20FT Containers	Metric Ton	500,00	408,72
TOTAL CFR LOME			USD 204 360,00

The present invoice is issued for the amount of:
Two Hundred Four Thousand Three Hundred Sixty US Dollars

Loading port: Bejaia
Country of origin: Algeria
Port of Discharge: **LOME**
Country of Destination: **TOGO**
Shipment period: **April, 2019**

The Housing Bank For Trade & Finance-Algeria
AGENCE DELY IBRAHIM "101"
Domiciliation Export *
 Alger Le: 10/04/2019

162201	2019	2 CT	0088	USD
--------	------	------	------	-----

Method of Payment: **100% Cash Transfer**
Condition of Payment: **Within 150 days from the date of the bill of lading**

Beneficiary: CEVITAL SPA, Nouveau Quai, Port de Bejaia, 06000 Bejaia, Algeria
Bank details: **HOUSING BANK**
Address: **16, rue Ahmed Ouaked, Dély Ibrahim - Alger**
Account: **031 00101 140000856 38**
SWIFT code: **HBHODZAL**

Signature and stamp of CEVITAL SPA

ce vital Spa

✉ Ilôt D n° 6 Zhun Garidi II Kouba – Alger- Algérie
☎ +213 21.56.37.10/80 - 📠 +213 21.56.37.55
+213 21 56 38 10/80 +213 21 56 38 20

ANNEXE N° 04

PACKING LIST

17th APRIL 2019

- Invoice Number: SCWS 19016/23.
- Load Port: BEJAIA-ALGERIA.
- Discharging Port : LOME/TOGO
- Customer: ANTEI INTERNATIONAL SA
- Address: RUE PREVOST-MARTIN 5 1205 GENEVE SUISSE

- Cargo description:

- 10 000 Bags of white refined sugar
- Gross weight 50.16 KGS
- Net weight 50.00 KGS
- loaded in 20 x 20' containers as attached list.

- Quantity of the cargo shipped / loaded is:

- Net weight: 500 000.00 KGS.
- Gross weight: 501 600.00 KGS.

Direction TRANSIT



Siège Alger :

✉ : Ilôt N°6 – ZHUN GARIDI II Kouba/ ALGER - Code Postal : 16000 - ALGERIE.
☎ : 00.213(0) 21.56.38.02 /80/90-56.37.10/56.37.80 / 📠 : 00.213(0)21.56.38.24/56.37.55/56.38.20/56.38.14

**MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY S.A.**12-14, chemin Rieu, 1208 GENEVA, Switzerland
Website : www.msc.com

SCAC Code: MSCU

BILL OF LADING No. MSCUBJ089834 ORIGINAL

Port-to-Port or "Combined Transport" (see Clause 1)

NO. & SEQUENCE OF ORIGINAL B/L's

NO. OF RIDER PAGES

THREE

SHIPPER:CEVITAL SPA
NOUVEAU QUAI PORT DE BEJAIA
BEJAIA ALGERIA**CARRIER'S AGENTS ENDORSEMENTS: (Include Agent(s) at POD)**FCL/FCL Special contract: R37615010000001
Lloyds/lmo number = 9324954
DESTINATION AGENT ADDRESS: MSC LOME
Mediterranean Shipping Company Togo S.A.
Zone Portuaire
Route A3 d'Akodessewa
01 BP 3457
LOME 01
Phone: +228 22 23 76 76, Fax: +228 22 23 76 79
SHIPPER'S LOAD, STOW AND COUNT
FREIGHT PREPAID
30 DAYS FREE DEMURRAGE

CONSIGNEE: This B/L is not negotiable unless marked "To Order" or "To Order of..." here.

TO ORDER

NOTIFY PARTIES: (No responsibility shall attach to the Carrier or to his Agent for failure to notify - see Clause 20)

SOEXIMEX
31-33 RUE PLEYEL
93 200 SAINT-DENIS
FRANCEVESSEL & VOYAGE NO.: (see Clauses 8 & 9)
BC HAMBURG YB913RPORT OF LOADING
BEJAIAPLACE OF RECEIPT: (Combined Transport ONLY - see Clauses 1 & 5.2)
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXBOOKING REF.
376MXA3163

(or)

SHIPPER'S REF.

PORT OF DISCHARGE
LOMEPLACE OF DELIVERY: (Combined Transport ONLY - see Clauses 1 & 5.2)
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX**PARTICULARS FURNISHED BY THE SHIPPER - NOT CHECKED BY CARRIER - CARRIER NOT RESPONSIBLE (see Clause 14)**

Container Numbers, Seal Numbers and Marks	Description of Packages and Goods (Continued on attached Bill of Lading Rider page(s), if applicable)	Gross Cargo Weight	Measurement
	20 x 20' CNTR(S) S.T.C. CONTAINER DETAILS AS PER ATTACHED LIST 500.00 MT OF WHITE REFINED SUGAR STUFFED IN 20 X 20FT CONTAINERS NUMBER OF BAGS : 10000 NUMBER OF CONTAINERS: 20 GROSS WEIGHT : 501.600 MT NET WEIGHT : 500.000 MT GOODS IN TRANSIT		
TOTAL TARE: 44415,00 KG	TOTALS:	501200,000 KG	

Timbre Purgé sur Connaissance
Export - 2000DA**FREIGHT & CHARGES** Cargo shall not be delivered unless Freight & Charges are paid (see Clause 16).

Annex N° 05

RECEIVED by the Carrier in apparent good order and condition (unless otherwise stated herein) the total number or quantity of Containers or other packages or units indicated in the box entitled Carrier's Receipt for carriage subject to all the terms and conditions hereof from the Place of Receipt or Port of Loading to the Port of Discharge or Place of Delivery, whichever is applicable. IN ACCEPTING THIS BILL OF LADING THE MERCHANT EXPRESSLY ACCEPTS AND AGREES TO ALL THE TERMS AND CONDITIONS, WHETHER PRINTED, STAMPED OR OTHERWISE INCORPORATED ON THIS SIDE AND ON THE REVERSE SIDE OF THIS BILL OF LADING AND THE TERMS AND CONDITIONS OF THE CARRIER'S APPLICABLE TARIFF AS IF THEY WERE ALL SIGNED BY THE MERCHANT.

If this is a negotiable (To Order / of) Bill of Lading, one original Bill of Lading, duly endorsed must be surrendered by the Merchant to the Carrier (together with outstanding Freight and charges) in exchange for the Goods or a Delivery Order. If this is a non-negotiable (straight) Bill of Lading, the Carrier shall deliver the Goods or issue a Delivery Order (after payment of outstanding Freight and charges) against the surrender of one original Bill of Lading or in accordance with the national law at the Port of Discharge or Place of Delivery whichever is applicable.

IN WITNESS WHEREOF the Carrier or their Agent has signed the number of Bills of Lading stated at the top, all of this tenor and date, and wherever one original Bill of Lading has been surrendered all other Bills of Lading shall be void.

DECLARED VALUE (only applicable if Ad Valorem Charges paid - see Clause 7.3)

CARRIER'S RECEIPT (No. of Cntrs or Pkgs rcvd by Carrier - see Clause 14.1)

SIGNED on behalf of the Carrier MSC Mediterranean Shipping Company S.A.

PLACE AND DATE OF ISSUE

SHIPPED ON BOARD DATE

MEDITERRANEAN SHIPPING CO
ALGERIA-SARL AS AGENT FOR
MEDITERRANEAN SHIPPING
COMSA BEJAIA CARRIER P F

BEJAIA, 21/04/2019

21/04/2019

376

Standard Edition - 01/2017

TERMS CONTINUED ON REVERSE

A 276/12347

**MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY S.A.**-2-14, chemin Rieu, 1208 GENEVA, Switzerland
Website : www.msc.com**BILL OF LADING No.
RIDER PAGE**

SCAC Code: MSCU Page ___ of ___

MSCUBJ089834**CONTINUATION OF PARTICULARS FURNISHED BY THE SHIPPER - NOT CHECKED BY CARRIER - CARRIER NOT RESPONSIBLE (see Clause 14)**

Container Numbers, Seal Numbers and Marks	Description of Packages and Goods (Continued on further Bill of Lading Rider page(s), if applicable)	Gross Cargo Weight	Measurement
CAIU2899664/20'DV/2200 Seal:EU15445479	500 BAGS	25060,000	
CXDU1288839/20'DV/2250 Seal:EU15445472	500 BAGS	25060,000	
CXDU1409843/20'DV/2250 Seal:EU15445468	500 BAGS	25060,000	
DFSU1569000/20'DV/2160 Seal:EU15445469	500 BAGS	25060,000	
FCGU2312063/20'DV/2200 Seal:EU15445463	500 BAGS	25060,000	
MEDU2513010/20'DV/2220 Seal:EU15445478	500 BAGS	25060,000	
MEDU3244472/20'DV/2280 Seal:EU15445466	500 BAGS	25060,000	
MEDU3443010/20'DV/2280 Seal:EU15445470	500 BAGS	25060,000	
MEDU5161525/20'DV/2220 Seal:EU15445477	500 BAGS	25060,000	
MEDU6527136/20'DV/2280 Seal:EU15445474	500 BAGS	25060,000	
MEDU6721558/20'DV/2220 Seal:EU15445465	500 BAGS	25060,000	
MEDU6853744/20'DV/2215 Seal:EU15445480	500 BAGS	25060,000	
MEDU6893855/20'DV/2220 Seal:EU15445471	500 BAGS	25060,000	
MEDU6905787/20'DV/2220 Seal:EU15445473	500 BAGS	25060,000	
MEDU6928606/20'DV/2220 Seal:EU15445464	500 BAGS	25060,000	
TCKU1697858/20'DV/2180 Seal:EU15445467	500 BAGS	25060,000	
TCLU2576246/20'DV/2200 Seal:EU15445475	500 BAGS	25060,000	
TCLU7633312/20'DV/2200 Seal:EU15445476	500 BAGS	25060,000	
TEMU2635644/20'DV/2200 Seal:EU15445461	500 BAGS	25060,000	
TGHU1839727/20'DV/2200 Seal:EU15445462	500 BAGS	25060,000	
Total Cntrs: 20			
Total Gross: 501200,000 KG			
Total Tare: 44415,00 KG			
Total Measurement:			

PLACE AND DATE OF ISSUE

SHIPPED ON BOARD DATE

SIGNED on behalf of the Carrier MSC Mediterranean Shipping Company S.A.

BEJAIA, 21/04/2019

21/04/2019

MEDITERRANEAN SHIPPING
 ALGERIA BEJAIA AGENT FOR
 MEDITERRANEAN SHIPPING
 CO. GENEVA 297534907

100 King

TA

PEOPLE'S DEMOCRATIC REPUBLIC OF ALGERIA
THE VERIFIED GROSS MASS OF A CONTAINER CARRYING CARGO
STATEMENT OF COMPLIANCE



Annexe N° 06

This statement supplement the Bill Of Lading
Issued under the provisions of the

INTERNATIONAL CONVENTION FOR THE SAFETY OF LIFE
AT SEA, 1974, as modified by the Protocol of 1988 relating thereto

Under the authority of the People's Democratic Republic of Algeria

By.....
(Person or port/terminal facility or weighing facility duly designated)

Bill of Lading Number [BM]..... Sous 19016/12
Shipper [SH]..... SPA REVITA
Carrier [CA]..... MSE Voyage number.....
Vessel Name BE HAMBOUR Call sign..... IMC Number.....
Port of loading..... BEJAIA ALGERIE
Port of discharge..... LOME Togo
Place of transhipment..... VALONCE
Approval Verification Method Number by Competent National Authority [SM 1].....

N°	Container ID	SEAL NUMBER	Verified Gross Mass [VGM]	Verification Date and Time [VDT]
01				

The party that has verified the weight (e.g. the operator of the weighing facility)
Contact details (Name, Address, Tel, Email)

Method of weighing* (Crane, scale, weighbridge or lifting equipment)

Signature

Place and Date

Signature

[Signature]
(Person duly authorized by the shipper)

16.01.2019

Person duly authorized by:
- Port / Terminal facility
- Dry port / (weighing station)

*Name in capitals
ME MAOUCHE DJAMEL

* If the VGM of packed container is obtained by weighing the container while it is on a road vehicle, the tare mass of the road vehicle & the tractor (as indicated on their registration documents) should be subtracted. The mass of any fuel on the tank of the tractor should also be subtracted; (IMO/TC/1475 paragraph 1.1)

SCWS19016/23

№	Combiné ID	Serial Number	Verified Gross Mass (kg)	Verification Date and Time
1	CAIU2899664	EU15445479	27260,00	05/04/2019
2	CXDU1288839	EU15445472	27240,00	05/04/2019
3	CXDU1409843	EU15445468	27100,00	05/04/2019
4	DFSU1569000	EU15445469	27240,00	05/04/2019
5	FCGU2312063	EU15445463	27200,00	05/04/2019
6	MEDU2513010	EU15445478	27180,00	05/04/2019
7	MEDU3244472	EU15445466	27240,00	05/04/2019
8	MEDU3443010	EU15445470	27220,00	05/04/2019
9	MEDU5161525	EU15445477	27140,00	05/04/2019
10	MEDU6527136	EU15445474	27200,00	05/04/2019
11	MEDU6721558	EU15445465	27220,00	05/04/2019
12	MEDU6853744	EU15445480	27220,00	05/04/2019
13	MEDU6893855	EU15445471	27200,00	05/04/2019
14	MEDU6905787	EU15445473	27140,00	05/04/2019
15	MEDU6928606	EU15445464	27220,00	05/04/2019
16	TCKU1697858	EU15445467	27200,00	05/04/2019
17	TCLU2 576246	EU15445475	27160,00	05/04/2019
18	TCLU7633312	EU15445476	27200,00	05/04/2019
19	TEMU2635644	EU15445461	27180,00	05/04/2019
20	TGHU1839727	EU15445462	27220,00	05/04/2019



Annexe N° 07

2019-04-17 10:17:24.456

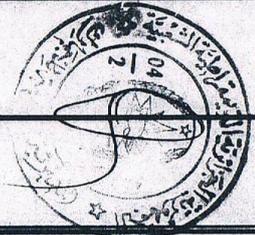
1 DECLARATION		2 LIBELLE		3 FEUILLET		4 total / articles		EXEMPLAIRE DOUANE				5															
CODE 1100		EXPORTATION DEHT		0001		0001		ENREGISTREMENT				CACHET DU BUREAU															
7 IMPORTATEUR / EXPORTATEUR REEL								N° 2019-006621 (VALIDEE)				DATE - HEURE 2019-04-17 10:17															
SPA CEVITAL								CODE - BUREAU 79 BEJAIA-PORT																			
Nouveau Port De Bejaia Cne								11 TYPE D'OPERATION				12 FINANCEMENT		13 COND.LIV		14 NAT.TRANS											
SAISIE DU NUMERO NIF								EXPORTATION O.E.A1				CFR		4													
S.J. 17		code fiscal		099806000380297-00000		10 16000		15 PRIX TOTAL FACTURE NET (P.T.F.N)				17 MONNAIE AUTRES FRAIS		MONTANT													
15 FOURNISSEUR / DESTINATAIRE REEL								MONNAIE USD				18 MONNAIE		MONTANT													
ANTEI INTERNATIONAL SA								19 MONNAIE FRET				20 MONNAIE ASSURANCES		MONTANT													
RUE PREVOST MARTIN 5-1205 GENE								24 SOLDE AUTRES ELEMENTS ET (P.T.F.N)				25 TAUX DE CHANGE															
20 PAYS ACHAT VENTE		21 PAYS DEST. DEF		22 RELAT VENTE / ACHAT		23 COEF AJUST		27 VALEUR EN DA				28 DOMICILIATION BANCAIRE															
CODE 592		CODE 183		1				24342382,20				119,11520															
23 DECLARANT								N° AGREMENT 1999/771014				LIG-REP 359															
CEVITAL SPA BEJAIA								29 CODE MANIFESTE				30 N° DOCUMENT				31 LIGNE SOMMER DATE				32 Nbre total (Colte Déclarant)							
NOUVEAU QUAI PORT DE BEJA 06000								/				/				10000											
ARTICLE				DESIGNATION DES MARCHANDISES				37				38 REGIME FISCAL				39 ORIGINE				40 CODE STATISTIQUE				41 POIDS NET			
N°0001				Autres sucres blancs								028				1701991900				500000,00							
20 TCS CNT SUCRE BLANC EN SACS DE 50KGS								42 VALEUR EN DA				43 TAR. PREF				44 QUANT. COMPLE											
								24342382,27				NON				500000											
								45 CODES PIECES A JOINDRE								902 910											
ARTICLE				DESIGNATION DES MARCHANDISES				37				38 REGIME FISCAL				39 ORIGINE				40 CODE STATISTIQUE				41 POIDS NET			
N°																											
								42 VALEUR EN DA				43 TAR. PREF				44 QUANT. COMPLE											
								45 CODES PIECES A JOINDRE																			
46 PIECES JOINTES :								610-620-655-								47 LIEUX D'UTILISATION OU D'ENTREPOSAGE DES MARCHANDISES ADMISES SOUS LE COUVERT D'UN REGIME SUSPENSE											
48 CODE		N° DECL		REGIME DOUANIER PRECEDENT		DATE		CODE		49 DELAI		50 TAUX SUSP		51 MONNAIE		PLUS-VALUE		MONTANT									
/																											
52 MARQUE		GENRE		INDICATIONS VEHICULES PARTICULIERES		ANNEE		53 MONTANT CAUTION :				54 MONTANT REMISE :															
56 CODE TAXE		58 QUOTITE		57 ASSIETTE		59 MONTANT		56 CODE TAXE		58 QUOTITE		57 ASSIETTE		59 MONTANT													
59 MODE DE PAIEMENT				60 TRANSIT / SCHELEMENTS APPOSES				AUTORISE PAR :				61															
COMPTANT		COWSIGN		ENCLA. PAYER		N° CREDIT		NOMBRE		MARQUES		N° :		DU :													
X												DE A CIRCUIT VERT		EXPORTATION GLOBAL													
DATE (LIMITE)								OBSERVATIONS				ENGAGEMENTS SOUSCRITS A															
62 BUR.FRONT		63 BUR.DEST		64 QUITTANCE CONSIGNATION				A. Je soussigné, sollicite sous les peines de droit prévues que le présent régime douanier les marchandises déclarées dans cette déclaration.				65															
				N° : DU :				66 QUITTANCE PENALITES				67															
				N° : DU :				DATE :				SIGNATURE DU CASSIER															
TOTAL																											
67 CONSIGNATION PENALITES																											

DOUANES ALGERIENNES

ENGAGEMENTS



DOUANE ALGERIENNE				AUTORISÉ PAR :			
BON A ENLEVER				ADMIS EN CIRCUIT VERT 6380			
LES MARCHANDISES DESIGNÉES CI-DESSOUS							
CODE	BUREAU	LIBELLE	REGIME	ENREGISTREMENT N° DECLARATION	DECLARATION DATE	DATE EMISSION	
6201	BEJAIA-PORT		1100	2019 /006621	2019-04-17 10:17	2019-04-17	17:03
IMPORTATEUR / EXPORTATEUR REEL							
SPA CEVITAL Nouveau Port De Bejaia Cne							
DECLARANT							
1999/711014 CEVITAL SPA BEJAIA NOUVEAU QUAL PORT DE BEJAIA							
MANIFESTE							
		ANNEE		TYPE		N° D'ENREGISTREMENT	
						000000	
LIGNE	NOMBRE DE COLIS		NATURE MARQUE DES COLIS DESIGNATION DES MARCHANDISES				
00/00	10000 COLIS						
OBSERVATIONS							
LIEU D'EMMAGASINAGE : PAIEMENT EN IMMEDIAT							



Imp. e.e.p.a. - El-Achour

LES MARCHANDISES DEVRONT ETRE ENLEVEES DANS LES DELAIS FIXES PAR LA REGLEMENTATION EN VIGUEUR.

ANNEXE N° 08

Numéro	BEJAIA-PORT
005939	17/04/2019

QUITTANCE

References			
Nature	D-type	Numéro	Date
D & T			
IMMEDIAT	1100	006621	17-04-2019

Partie Versante / Bénéficiaire

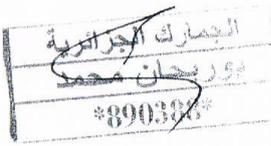
P.C CEVITAL SPA BEJAIA
SPA CEVITAL

Mode de Paiement

ESPECE 2050,00

VISA CAISSIER

CACHET



Droits et Taxes	
Code	Montant
Total	,00

Autres recouvrements et opérations diverses	
Code	Montant
227	10,00
600	40,00
408	2.000,00
Total	2.050,00

Montant Total en Lettres : DEUX MILLES CINQUANTE DINARS

*****2.050,00

ANNEXE N° 09

Contrat Scws19016/14

1	CAIU3191577	EU15446301
2	CAIU6936540	EU15446302
3	CRSU1482156	EU15446303
4	DFSU3144129	EU15446304
5	FBIU0225242	EU15446305
6	FCIU5767850	EU15446306
7	FCIU5767931	EU15446307
8	FCIU5805820	EU15446308
9	FCIU6433158	EU15446309
10	FCIU6437554	EU15446310
11	MEDU2534121	EU15446311
12	MEDU2549116	EU15446312
13	MEDU2883519	EU15446313
14	MEDU3151385	EU15446314
15	MEDU5002267	EU15446315
16	MEDU5002919	EU15446316
17	MEDU5054300	EU15446317
18	MEDU5142994	EU15446318
19	MEDU5168068	EU15446319
20	MEDU5188193	EU15446320
21	MEDU5198144	EU15446321
22	MEDU5440129	EU15446322
23	MEDU5448198	EU15446323
24	MEDU5470226	EU15446324
25	MEDU5763604	EU15446325
26	MEDU5811940	EU15446326
27	MEDU6303250	EU15446327
28	MEDU6343587	EU15446328
29	MEDU6591120	EU15446329
30	MEDU6614138	EU15446330
31	MSCU6706639	EU15446331
32	MSCU6797325	EU15446332
33	SEGU2780899	EU15446333
34	TCKU2237142	EU15446334
35	TCLU7299611	EU15446335
36	TEMU1178646	EU15446336
37	TEMU1191910	EU15446337
38	TEMU1475583	EU15446338
39	TEMU1740964	EU15446339
40	TGHU1454875	EU15446340

ANNEXE N° 10



	CONTRAT	SCWS19016/23
	LISTETCS	DATMAD
PORTOFDECHARGE		
	CONDITIONEMENT	sucre
1	CAIU2899664	03/04/2019
2	CXDU1288839	02/04/2019
3	CXDU1409843	02/04/2019
4	DFSU1569000	02/04/2019
5	FCGU2312063	02/04/2019
6	MEDU2513010	03/04/2019
7	TCLU2576246	02/04/2019
8	MEDU3244472	03/04/2019
9	MEDU3443010	02/04/2019
10	MEDU5161525	03/04/2019
11	MEDU6527136	02/04/2019
12	MEDU6721558	02/04/2019
13	MEDU6853744	02/04/2019
14	MEDU6893855	02/04/2019
15	MEDU6905787	02/04/2019
16	MEDU6928606	02/04/2019
17	TCKU1697858	02/04/2019
18	TCLU7633312	03/04/2019
19	TEMU2635644	02/04/2019
20	TGHU1839727	02/04/2019





Réf : SCWS19016/143

Bejaia, le : 28/04/2019

ANNEXE N° 12

A

L'aimable attention de Monsieur l'Inspecteur Principal
Des Brigades des Douanes de Bejaia.

Objet : Autorisation de mise à quai de 40 conteneurs contenant du sucre alimentaires
Empotées sur site de Cevital Nv Quai Port de Bejaia

Monsieur;

Nous avons l'honneur de vous demander de bien vouloir nous autoriser la mise à quai
de 40 TC 20' Dry empotés sur site de Cevital Nv Quai Port de Bejaia.

TC N° en pièce jointe _____ :

Scellé N° en pièce jointe _____ :

Comptant sur votre habituelle collaboration,
Veuillez, agréer, Monsieur l'Inspecteur Principal, l'expression de nos salutations.

DOUANE

De accordée l'entente de la Bte
commerciale et surveillance gde
Bejaia 28.04.19

Le Département Export


المتصرف العام
بجاية

Siège Alger :

☐ : Hot N°6 - ZHUN GARIDI II Kouba/ ALGER - Code Postal : 16000 - ALGERIE.
☎ : 00 213(0) 21.56.38.02 /80/90-56.37.10/56.37.80 / ☎ : 00.213(0)21.56.38.24/56.37.55/56.38.20/56.38.14



DIRECTION TRANSIT COMPLEXE AGROALIMENTAIRE DE BEJAIA
Nouveau Quai Port de Bejaia, Algérie - Tel : +213(0)34 26 20 00 Fax : +213(0)34 22 07 52
E-mail : nadiramir@cevital.com - www.cevital.com - info@cevital.com

Réf SCWS19016/17

Bejaia, le : 28/04/2019

ANNEXE N° 13

الهيئة العامة للغمرات والجمارك
بجاية

A

MONSIEUR LE COMMISSAIRE DE LA
BPFM DU PORT DE BEJAIA

Objet : Autorisation de mise à quai de 40 conteneurs CNT du sucre alimentaire
Empotés sur site de Cevital Nv Quai Port de Bejaia

Monsieur;

Nous avons l'honneur de vous dempander de bien vouloir nous autoriser la mise à quai
de 40 TC 20' Dry empotés sur site de Cevital Nv Quai Port de Bejaia.

TC N° en pièce jointe _____ :

Comptant sur votre habituelle collaboration,

Veuillez agréer, Monsieur le commissaire, l'expression de nos salutations.

AVIS de la BPFM

Le Département Export

Siège Alger :

☐ : Hot N°6 - ZHUN GARIDI II Kouba/ Alger - Code Postal : 16000 - ALGERIE

☎ : 00.213(0) 21.56.38.02 /80/90-56.37.10/56.37.80 / ☎ : 00.213(0)21.56.38.24/56 37.55/56.38.20/56.38.14

ANNEXE N° 14



République Algérienne Démocratique et Populaire - Democratic and Popular Republic of Algeria



الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة

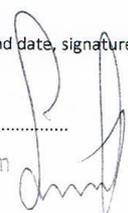
N° : 305/19 رقم Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie - Algerian Chamber of Commerce and Industry

19

Date: 21/04/2019.....

شهادة منشأ

Certificat d'origine/ Certificate of origin

1. Expéditeur (nom, adresse, pays) / Consignor / المرسل CEVITAL SPA NOUVEAU QUAI PORT DE BEJAIA		2. Producteur (nom, adresse, pays) / Producer / المنتج CEVITAL SPA NOUVEAU QUAI PORT DE BEJAIA	
3. Destinataire (nom, adresse, pays) / consignee / المرسل إليه SOEXIMEX 31-33 RUE PLEYEL 93 200 SAINT-DENIS FRANCE		4. Pays d'origine/ Country of origin / بلد المنشأ BEJAIA / ALGERIA	
5. Détails de transport / Transport details / تفاصيل الشحن EXPEDITION BY SEA		6. Remarques/ Remarks / ملاحظات	
7. وصف السلع ; العلامة التجارية, عدد ونوع و أرقام الطرود N° d'ordre ; marques, numéros, nombre et nature des colis ; désignation des marchandises Item number; marks, numbers, numbers and kinds of packages; description of goods 500 MT OF WHITE REFINED SUGAR NUMBER OF CONTAINERS: 20 25 M/T Per Container Gross weight : 501.600 M/T Net weight 500.000 M/T Number of bags : 10 000		8. الوزن أو الكمية Poids brut ou quantité weight or quantity 501 600.00 Kg	9. رقم و تاريخ الفاتورة. N° et date de la facture/ Invoice's number and date SCWS19016/23
10. تصديق الغرفة الجزائرية للتجارة و الصناعة Certificat de la Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie / Certificate of the Algerian Chamber of Commerce & Industry   المدير ع. حايمل 21 AVR 2019		11. Déclaration de l'exportateur / Exporter declaration / تصريح المصدر / Le soussigné déclare que/ The undersigned declares that يصرح الموقع أنها التفاصيل والمعلومات الواردة أعلاه صحيحة، أن كل السلع أنتجت في: les mentions et indications ci-dessus sont exactes, que toutes ces marchandises ont été produites en/ the particulars and information above is accurate, that all these goods were produced in: ALGERIA (Pays/country / البلد) موجبة للتصدير نحو Et destinées à être exportées vers/ And intended to be exported to TOGO (Pays/country / البلد) المكان والتاريخ، توقيع المصريح Lieu et date, signature du signataire habilité/ Place and date, signature of authorized signatory  BEJAIA LE : 05/04/2019 AIDOU D Sihem 	
Date et signature/ Date & signature / التاريخ و التوقيع			

LANNEXE N° 16

2019-05-06 14:40:13.431

DECLARATION		LIBELLE		FEUILLET		total / articles		EXEMPLAIRE DECLARANT							
CODE 1100		EXPORTATION DEFI		0001		0001		ENREGISTREMENT							
IMPORTATEUR / EXPORTATEUR REEL								N° 2019-007843 (VALIDEE)							
SPA CEVITAL								DATE - HEURE 2019-05-06 14:40							
Nouveau Port De Beja Cne								CODE - BUREAU 79 BEJATA-PORT							
S.J.		code fiscal		SAISIE DU NUMERO		N°		TYPE D'OPERATION							
1				099806000380297-00022		16000		VENTE EN L'ETAT							
FOURNISSEUR / DESTINATAIRE REEL								MONNAIE PRIX TOTAL FACTURE NET (P.T.F.N)							
ANTEI INTERNATIONAL SA								MONNAIE AUTRES FRAIS							
RUE PREVOST-MARTIN 5 1205 GENE								MONNAIE FRET							
								MONNAIE ASSURANCES							
20 PAYS ACHAT VERTE		21 PAYS DEST DEF		22 RELAT VERTE / ACHAT		23 COEF AJUST		24 SOLDE AUTRES ELEMENTS ET (P.T.F.N)		25 TAUX DE CHANGE					
CODE 592		CODE 518		1				200		119.36300					
DECLARANT								27 VALEUR EN DA							
CEVITAL SPA BEJATA								28 CODE MANIFESTE							
NOUVEAU QUAI PORT DE BEJA 06000								29 N° DOCUMENT							
								30 LIGNE SOMMER DATE							
								31 Nbre total (Calks Déclarés)							
ARTICLE								32 TRANSPORT DE / VERS L'ETRANGER IDENTIFICATION							
DESIGNATION DES MARCHANDISES								33 POIDS TOTAL BRUT							
(NOMBRE, NATURE, MARQUES, N° CONTAINER ET N° DES COLIS)								200							
N° 0001								34 TRANSPORT INTERIEUR IDENTIFICATION							
Autres sucres blancs								35 LOCALISATION MODES							
10 TCS CNT SUCRE BLANC EN BIG BAGS								36 PAYS PROVENIR DEST							
								37 REGIME FISCAL							
								38 ORIGINE							
								39 CODE STATISTIQUE							
								40 POIDS NET							
								41 028 1701991900							
								42 VALEUR EN DA							
								43 TAR. PREF							
								44 QUANT. COMPLE							
								45 11034393,17 NON							
								46 CODES PIECES A JOINDRE							
								47 902 910							
ARTICLE								47 REGIME FISCAL							
DESIGNATION DES MARCHANDISES								48 ORIGINE							
(NOMBRE, NATURE, MARQUES, N° CONTAINER ET N° DES COLIS)								49 CODE STATISTIQUE							
								40 POIDS NET							
								41							
								42 VALEUR EN DA							
								43 TAR. PREF							
								44 QUANT. COMPLE							
								45							
								46 CODES PIECES A JOINDRE							
PIECES JOINTES :								47 LIEUX D'UTILISATION OU D'ENTREPOSAGE DES MARCHANDISES ADMISES SOUS LE COUVERT D'UN REGIME SUSPENSE							
610-620-655-								48 DELAI							
								49 TAUX BUSE							
								50 MONNAIE							
								51 PLUS-VALUE							
								52 MONTANT							
MARQUE								53 MONTANT CAUTION :							
GENRE								54 MONTANT REMISE :							
INDICATIONS VEHICULES PARTICULIERES															
ANNÉE															
55 CODE TAXE		56 QUOTITE		57 ASSIETTE		58 MONTANT		55 CODE TAXE		56 QUOTITE		57 ASSIETTE		58 MONTANT	
MODE DE PAIEMENT								TRANSIT / SCHELEMENTS APPOSÉS				AUTORISE PAR :			
COMPTANT		CONSIGN		ENGA. PAYER		N° CREDIT		NOMBRE		MARQUES		OBSERVATIONS			
X												EXPORTATION GLOBAL			
DATE (LIMITE)								BUR. FRONT				BUR. DEST			
QUITANCE CONSIGNATION								N° :				DU :			
QUITANCE CONSIGNATION DROIT ET AXES								N° :				DU :			
QUITANCE PENALITES								N° :				DU :			
TOTAL								DATE :				SIGNATURE DU CAISSIER			
CONSIGNATION PENALITES															



ZIANE ADOUANE
Déclarant en douane

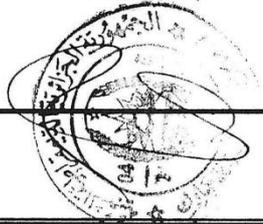
S.I.G.A.D

DOUANES ALGERIENNES

ENGAGEMENTS

L'ANNEXE N° 17

DOUANE ALGERIENNE				AUTORISÉ PAR :			
BON A ENLEVER				ABBAS Khellaf (CIRCUIT ROUGE) 7497			
LES MARCHANDISES DESIGNÉES CI-DESSOUS							
CODE	BUREAU	LIBELLE	REGIME	ENREGISTREMENT N° DECLARATION	DECLARATION DATE	DATE EMISSION	
6201	BEJAIA-PORI		1100	2019 /007843	2019-05-06 14:40	2019-05-07 15:12:45	
IMPORTATEUR/EXPORTATEUR REEL							
SPA CEVITAL Nouveau Port de Bejaia One							
DECLARANT							
1999/771014 CEVITAL SPA BEJAIA NOUVEAU QUAI PORI DE BEJAIA							
				MANIFESTE			
		ANNEE		TYPE		N° D'ENREGISTREMENT	
						000000	
LIGNE	NOMBRE DE COLIS	NATURE MARQUE DES COLIS DESIGNATION DES MARCHANDISES					
00/00	200 COLIS						
OBSERVATIONS							
LIEU D'EMMAGASINAGE : PAIEMENT EN IMMEDIAT							



imp. e.e.p.a - El-Achour

LES MARCHANDISES DEVRONT ETRE ENLEVEES DANS LES DELAIS FIXES PAR LA REGLEMENTATION EN VIGUEUR.

Annexe N°18 : Guide d'entretien destiné à l'entreprise CEVITAL SPA

Université Abderahman Mira-Bejaia

Faculté des sciences économique, commerciales, et de gestion

Département des sciences commerciales

Dans le cadre de la préparation du mémoire de magister en Commerce International et Logistique sur le thème suivant : « Analyse de l'impact de couloir vert sur la procédure d'exportation ». Nous avons l'honneur de vous demander de bien vouloir répondre à ce questionnaire.

Par ailleurs, ce questionnaire est anonyme, nous assurons que toute information transmise sera confidentielle et que son usage est strictement d'ordre scientifique et pédagogique.

Q1 : Quelle est la raison qui pousse votre entreprise à exporter ?

Q2 : Parmi les produits exportés, quels sont les plus réussis en exportation ?

- | | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Huile | <input type="checkbox"/> Sucre blanc | <input type="checkbox"/> Eau |
| <input type="checkbox"/> Huile oxyde | <input type="checkbox"/> Margarine | |
| <input type="checkbox"/> Sucre | <input type="checkbox"/> Jus | |

Q3 : A votre avis quelle sont les principaux facteurs de réussite d'une démarche à l'export dans votre domaine ?

- Le prix
 - Les outils commerciaux adaptés
 - La notoriété de l'entreprise
 - Le savoir-faire
 - L'existence d'une structure dédiée à l'export
 - Autres, Veuillez préciser.....
- Avoir déjà réussi en Algérie
 - Les services liés aux produits
 - La qualité du produit

Q4 : Quelles sont les différents incoterms utilisées lors d'une exportation ?

Q5 : Quelle sont les risque et contraintes lors d'une exportation ?

Q6: Avez-vous obtenu des labels ou certifications pour vos produits ou votre entreprise?

a. Non, aucune b. ISO 9001 c. ISO 1400 d. ISO 14001

e. ISO 22000 f. Label professionnel

g. Autre, Veuillez préciser.....

Dans le cas d'une certification, veuillez préciser l'organisme certificateur.....

Axe 02 : L'entreprise et les politiques de soutien de l'Etat aux exportations hors hydrocarbures

Q7 : Votre entreprise bénéficie-t-elle des politiques de soutien à l'exportation mises en œuvre par le gouvernement ?

a. ALGEX b. FSPE c. SAFEX d. CAGEX

e. COFACE –Algérie f. CACI g. ANEXAL

h. Autres veuillez préciser

Q8 : Quelle 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. Information sur les normes h.

Autres, veuillez préciser

Q9 : Connaissez-vous les assurances qui couvèrent les exportations ?

a. Oui b. Non

Q10 : Si oui, pour couvrir vos opérations d'exportations, vous recourez à :

a. La CAGEX

b. La COFACE-Algérie

c. Autre, veuillez préciser

Q11 : Quel type de facilitations douanières à l'export dont vous bénéficiez ?

Q12 : Depuis combien de temps CEVITAL bénéficie de ces facilitations ?

Q13 : Est-ce que vous bénéficiez de statut d'un opérateur économique agréé ?

Q14 : A combien vous estimez la durée de séjour de marchandises exportés via l'utilisation de circuit vert ?

Q15 : A combien vous estimez la durée de séjour de marchandises dans le port depuis l'obtention de circuit vert ?

Oui

Non

Q16 : Et quelle était la durée moyenne de séjour de marchandises exportées avant l'obtention des facilitations ?

Q17 : Est-ce que l'utilisation de Circuit Vert apporte un avantage sur le dédouanement des marchandises ?

Q18 : Quelle est le Circuit le plus avantageux (Rouge et Vert) ?

Q19 : Quelle sont les pourcentages d'utilisations des deux circuits ?

Q20 : Comment s'effectue le choix des circuits lors de dédouanement des marchandises de CEVITAL ?

Q21 : Quelles sont les inconvénients que l'entreprise CEVITAL rencontre lors de l'utilisation de circuit Vert ?

Q22 : Depuis combien de temps CEVITAL SPA bénéficie du Couloir Vert ?

Q23 : Comment vous comparez l'utilisation du couloir vert avant et après de sont utilisation ?

Q24 : Quelle est l'impact de couloir vert sur la procédure d'exportation ?

Q25 : Est-ce que le couloir vert à un impact sur la diminution des couts sur l'exportation ?

Merci de votre collaboration

Table des matières

Remerciements	I
Dédicaces	II
SOMMAIRE	IV
Liste des abréviations	V
Introduction Générale	1
Chapitre I : Aperçu sur le commerce extérieur	5
Introduction	6
Section 01 : Le développement des exportations : approche théorique sur le commerce internationale.	6
1. Présentation de la notion de commerce international	6
1.1. Analyse de l'évolution historique des échanges internationaux	7
1.1.1. Emergence du commerce international	7
1.1.1.1. Avant la révolution industrielle	7
1.1.1.2. Après la révolution industrielle	8
1.1.2. Développement du commerce international	10
2. Fondement théorique du commerce international :	10
2.1. Les théories classique ou traditionnelle du commerce international.....	11
2.1.1. La pensée Mercantiliste du commerce international.....	12
2.1.2. La théorie de l'avantage absolu d'Adam Smith	13
2.1.3. La théorie des avantages comparatifs de David Ricardo : 1772-1823.....	14
2.1.4. Le modèle d'Heckscher Ohlin Samuelson.....	15
2.1.5. Le paradoxe de Leontief.....	16
.....	16
2.2. Les nouvelles théories du commerce international	17
2.2.1. La théorie de cycle de vie de produit de Vernon	17
2.2.2. La nouvelle théorie de Paul Krugman.....	19
2.2.3. La théorie éclectique de Dunning : paradigme OLI.....	20
2.2.4. La théorie de l'écart technologique.....	21
2.2.5. La théorie de la concurrence monopolistique	22
3. Présentation de l'activité d'exportation	22
3.1. Définition d'une opération d'exportation	23
3.2. Les différents modes d'exportation.....	23
3.2.1. L'exportation indirecte	23
3.2.2. L'exportation directe.....	25
3.2.3. Les exportations associées ou concertées.....	27
3.3. Les formes particulières de l'exportation	28
3.3.1. Les transferts internationaux de technologies	28

3.3.2. La licence internationale -----	28
3.3.3 La franchise commerciale internationale -----	29
3.3.4. L'investissement direct étranger -----	30
3.4 .Le rôle des exportations -----	32
3.4.1. Effet macroéconomique -----	32
3.4.2. Les exportations motrices de création d'emplois -----	33
3.4.3. Les effets des exportations dans la croissance économique -----	33
Section 02: Barrières et contraintes liées à l'exportation -----	34
2.1. Les contraintes liées à l'exportation -----	34
2.1.1. Les contraintes liées aux ressources et/ou compétences des entreprises -----	36
2.1.2. Les contraintes liées à l'environnement externe de l'entreprise -----	39
2.1.3. Les différents risques liés à la complexité des transactions internationales --	42
2.1.3.1. Le risque commercial -----	42
2.1.3.2. Le risque d'interruption de marché -----	43
2.1.3.3. Le risque économique -----	43
2.1.3.4. Le risque financier -----	43
2.1.3.5 Le risque pays -----	43
Section 3 : Le rôle des organismes intervenant dans la promotion des exportations -	44
3.1. Le dispositif français de soutien aux exportateurs -----	45
3.1.1. Les acteurs du soutien à l'international -----	45
3.1.1.1. Un dispositif clarifié -----	45
3.1.1.2. Ses missions -----	46
3.2. Les différents organismes de soutien aux entreprises exportatrices françaises --	46
3.2.1. Ubifrance (ex. Centre Français du Commerce Extérieur(CFCE) -----	46
3.2.2. Organisme public de soutien à l'innovation et à la croissance des Entreprises (OSEO). -----	48
3.2.3. La Compagnie Française d'assurance pour le commerce extérieure (COFACE) -----	48
3.2.4. Les chambres de Commerce et d'Industrie Françaises à l'Etranger -----	49
3.2.5. Autres partenaires intervenant aussi dans le cadre d'accompagnement à l'export des entreprises française -----	49
3.2.5.1. Les Chambres de Commerce et d'Industrie (CCI) -----	49
3.2.5.2 .Les Conseillers du Commerce Extérieur (CCE). -----	49
3.2.5.3 .La Direction des Relations Economiques Extérieures (DREE). -----	50
3.2.5.4. Les Missions Economiques à l'étranger -----	50
3.2.5.5. La Direction Régionale du Commerce Extérieur (DRCE) -----	50
3.2.5.6. La Direction Générale des Douanes et des Droits Indirects (DGDDI) ---	50
3.3. Les principaux organes de soutien aux exportations au Maroc -----	51
3.3. 1. Le Centre Marocain de Promotion des Exportations (CMPE) -----	51
3.3.2. La Société Marocaine d'Assurance aux Exportations (SMAEX) -----	55
3.3.3. Le Centre National du Commerce Extérieur (CNCE) -----	55
3.3.4. L'Etablissement Autonome de Contrôle et de Coordination des Exportations (EACCE) -----	56

3.3.5. La Fédération des Chambres de Commerce et d'Industrie Marocaines (FCCISM)-----	56
3.3.6. Le rôle des ambassades-----	56
Conclusion-----	57
Chapitre II :-----	58
Commerce extérieur et politiques de soutien aux exportations Hors Hydrocarbures en Algérie-----	58
Introduction-----	61
Section 01 : Evolution de commerce extérieur algérien et état des lieux des exportations Hors Hydrocarbures -----	61
1. Historique sur l'évolution du commerce extérieur en Algérie -----	62
1.1. Après l'indépendance jusqu'au milieu des années 80 -----	62
1.2. Les années 90-----	63
1.3. Les années 2000-----	64
2. Evolution et structure du commerce extérieur Algérie -----	64
2.1. Evolution de commerce extérieur en Algérie depuis l'année 2010-2018-----	65
2.2. Les exportations Algériennes hors hydrocarbures en 2010 et 2018-----	66
2.3. Les principaux secteurs exportateurs et clients de l'Algérie -----	68
2.3.1. Les principaux produits hors hydrocarbures exportés de 2017 et 2018 -----	68
2.3.2. Les principaux clients de l'Algérie -----	71
2.4. Évolution du commerce extérieur Algérien durant les deux premiers mois de 2019 -----	72
3. Les exportations hors hydrocarbures en Algérie :-----	73
Section 02 : La politique de soutien et contraintes liées a l'exportation en Algérie : -74	
2.1. Les organismes d'appui aux exportations hors hydrocarbures -----	74
2.1.1. La Compagnie Algérienne D'assurance et de Garantie des Exportations (CAGEX) -----	74
2.1.2. L'Agence National de Promotion du Commerce Extérieure (ALGEX) -----	76
2.1.3. La Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie (CACI) -----	78
2.1.4. Fonds Spécial pour la Promotion des Exportations hors hydrocarbures (FSPE) -----	79
2.1.5. La Société Algérienne des Foires et Exportations (SAFEX) -----	80
2.1.6. Association Nationale des Exportateurs Algériens (ANEXAL) -----	81
2.1.7. Le couloir vert -----	81
2.1.8. Dispositif bancaire de couverture de risque de change -----	82
2.2. Les principaux accords le l'Algérie dans le cadre de création de zones de libre échange-----	83
2.2.1. Les accords de l'Algérie avec l'union européenne-----	83
2.2.2. L'accords de libre échange avec la Jordanie -----	84
2.2.3 .L'adhésion à la Zone Arabe de Libre Echange (GZALE) -----	85

2.2.4. Les autres accords commerciaux -----	86
2.3. Les risques et contraintes liées à l'exportation-----	86
2.3.1. Les risques liés à l'exportation -----	87
2.3.1.1. Le risque commercial-----	87
2.3.1.2. Le risque politique -----	87
2.3.1.3. Le risque de change-----	88
2.3.1.4. Les risque de non-transfert-----	88
2.3.1.5. Le risque de catastrophes naturelles-----	88
2.3.1.6. Les risques liés au transport de la marchandise-----	88
2.3.2. Les contraintes liées à l'exportation -----	88
Section 03 : Les facilitations des exportations hors hydrocarbures Algériennes -----	90
3.1. Les facilitations douanières à l'exportation -----	91
3.1.1. L'entrepôt des douanes -----	91
3.1.2. Admission temporaire -----	91
3.1.3. Réapprovisionnement en franchise -----	91
3.1.4. Exportation temporaire -----	92
3.2. Les avantages fiscaux-----	92
3.2.1. Exonération en matière d'impôts directs et taxes assimilées TAP et IBS. ----	93
3.2.2. Exonération en matière de taxes sur le chiffre d'affaires -----	93
3.3. Facilitations portuaires -----	94
3.4 Les facilitations financières et bancaires -----	94
3.4.1. Délai de rapatriement -----	94
3.4.2. Rétrocession des recettes d'exportation-----	95
3.5. Les autres facilitations-----	95
3.5.1. Le contrôle phytosanitaire -----	95
3.5.2. Le contrôle sanitaire -----	96
3.5.3. Le code à barre ENA « Le standard du commerce international »-----	96
Conclusion-----	97
Chapitre III : Analyse de l'impact du couloir vert sur la procédure d'exportation au sein de l'entreprise CEVITAL SPA -----	99
Introduction-----	100
Section 01 : Présentation de l'organisme d'accueil de CEVITAL SPA -----	100
1. Historique de CEVITAL SPA -----	100
2. La situation géographique-----	101
3. Les objectifs de l'entreprise CEVITAL -----	102
4. Les différentes activités du CEVITAL SPA -----	103
5. Les principaux clients du CEVITAL SPA -----	105
6. L'organisation générale des composantes et les missions des directions -----	105

Section 02 : L'impact du couloir vert sur la procédure d'exportations Cas de « Sucre Raffinée »	112
1. La démarche de la procédure d'exportation	112
2. Etude d'une opération d'exportation du sucre raffinée à TOGO par voie maritime par l'entreprise CEVITAL SPA	116
2.1. L'étape prise de la commande	116
2.1.1. Réception de la demande et l'établissement de la facture pro-format :	117
2.2. L'établissement de la notice d'expédition	118
2.3. L'établissement de la facture commerciale	118
2.4. Réservation et mise à la disposition des conteneurs (Booking)	120
2.5. Le dédouanement	120
2.6. L'impression du Bon à Enlever	122
2.7 L'emportage et le scellement des conteneurs (TCS)	122
2.8. Le Bon De Mise à Quai	123
2.9. L'embarquement des conteurs TCs	123
2.10. Le paiement	123
2.11. Les différents documents exigés par le client	124
2.12. Engagement de rapatriement	127
3. L'évolution des exportations du sucre de CEVITAL SPA	127
4. Etude comparative entre le circuit vert et le circuit rouge au sein de l'entreprise CEVITAL SPA	131
5. Les Facilitations douanières accordées à l'entreprise CEVITAL	132
5.1. Bénéfice du circuit vert	133
5.2. Facilitation accordée dans le cadre du statut OEA :	134
5.3. Les avantages et les inconvénients des facilitations douanières accordé à de l'entreprise CEVITAL SPA	135
Conclusion	136
Conclusion Générale	143
Bibliographie	VI
Liste des annexes	VII
Table des matières	VIII

Résumer

Pour encourager les entreprises algériennes à l'exportation, le gouvernement a mis en place plusieurs politiques à long terme et plusieurs facilitations telles que : ALGEX, SAFEX, CAGEX... L'une des dernières nouveautés du système c'est les facilitations douanières (couloir vert).

L'objet de notre mémoire, est d'étudier les facilitations douanières accordées aux entreprises à travers l'utilisation de couloir Vert, Pour cela nous avons pris le cas de l'entreprise CEVITAL. Le succès ou l'efficacité du processus d'exportation reste tributaire du degré de coordination des différentes opérations qui ont pour mission d'attribuer à gérer, d'exécuter les clauses du contrat commercial, et d'assurer le suivi de toutes les phases de réalisation d'une opération d'exportation. Tous les moyens de la chaîne, en l'occurrence la communauté portuaire, la douane, les banques... doivent jouer le rôle de la facilitation et assurer la complémentarité entre eux.

Mots-clés : administration des douanes, facilitations douanières, commerce extérieur, processus d'exportation, couloir vert.

Abstract

To facilitate the export for the Algerian companies, the government has put in place lots of long term policies and many facilitations such as: ALGEX, SAFEX, CAGEX. One of the latest novelties of this system is the customs facilitation. (Green corridor)

The object of our memory is to study the customers' facilities given to firms through the use of green corridor, for this, we have taken the case of CEVITAL company. The success of the efficiency of exportation processus stays tributary on the degree of coordination of different operations which have the aim to execute the commercial contract and to ensure the different phases to fulfill an exportation operation. All the means given in occurrence, the customs, the banks, ect must play the role of the facilities and easiness in order to assure the complementary between them.

Keywords: customs administration, foreign trade, customs administration, export process, green corridor.