



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 : finance et commerce international

**ESSAI D'ANALYSE LES DETERMINANTS DE LA
DECISION D'EXPORTATION DES PME
ALGERIENNES**

Réalisé par :

Encadreur : Md : HADJI, H

1- M^{ELLE}. KHESRANI NAWEL

2- M^{ELLE}. SALHI ANISSA

Devant le jury composé de :

Président :

Rapporteur :

Examineur :

Promotion 2019-2020

Remerciement

*En premier lieu, nous tenons à remercier le bon dieu de nous
Avoir donné la santé, volonté et patience tout au long de notre
Travail.*

*Nos profonds remerciement sont adressés à nos parents pour
Leurs soutiens inestimables.*

*Nous tenons aussi à remercier notre promotrice « madame
HADJI HASSIBA » qui a bien voulu dirige ce travail nous
faisant bénéficier de la qualité de son enseignement.*

*Nous remercions bien entendu les membres du jury, pour
Avoir*

Accepté d'évaluer ce travail.

NAWEL & ANISSA

Dédicace

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 mon cher frère FARDJELLAH et mon fiancé HACHEMI qui m'ont soutenu.

Sans oublier ma binôme ANISSA.

NAWEL

Dédicace

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

Sans oublier ma binôme NAWEL.

ANISSA

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

Liste d'abréviation

Liste d'abréviation

| | |
|-------|---|
| AGI | Autorisation globale d'importation |
| ANDI | Agence national de développement de l'investissement |
| BTP | Bâtiments et travaux publique |
| CALPI | Concession des terrains destinés à la réalisation des projets d'investissements |
| CNAS | Caisse nationale des assurances sociales |
| DA | Dinars Algérienne |
| FMI | fond monétaire international |
| HH | Hors hydrocarbure |
| IDE | Investissement direct à l'étranger |
| OCDE | Organisation de coopération et de développement économiques |
| OMC | Organisation mondial de commerce |
| PE | Petite entreprise |
| PGI | Programme général d'importation |
| PIB | Produit intérieur brut |
| PME | Petite et moyenne entreprise |
| R&D | Recherche et développement |
| TPE | Très et petite entreprise |
| UN | Union européen |
| USD | United states dollar |
| UTA | unité de travail –année |
| VA | Valeur ajouté |

Liste des tableaux

| Numéro du tableau | Titre de tableau | Page |
|--------------------------|---|-------------|
| Tableau N°II.1 | La typologie de la PME en Algérie | 51 |
| Tableau N°II.2 | L'évolution de la population des PME en Algérie durant la période 2004-S1 2019 | 56 |
| Tableau N°II.3 | Répartition des PME privée par secteur d'activité S1 2019 | 58 |
| Tableau N°II.4 | Répartition des PME publique par secteur d'activité S1 2019 | 59 |
| Tableau N°II.5 | Evolution de la contribution à la création de l'emploi 2005- S1/ 2019 | 61 |
| Tableau N°II.6 | L'évolution des PIB hors hydrocarbure en Algérie 2004-2015 | 62 |
| Tableau N°II.7 | L'évolution de la contribution des PME à la création de la valeur ajouté HH 2004- S1/2019 | 63 |
| Tableau N°II.8 | L'évolution de commerce extérieure en Algérie 2010-2018 | 68 |
| Tableau N°II.9 | Les exportations HH en Algérie 2010-2018 | 70 |
| Tableau N°II.10 | Les principaux produits HH exporté 2010-2018 | 72 |
| Tableau N°II.11 | Les principaux clients de l'Algérie en 2019 | 73 |
| Tableau N°II.12 | Les actionnaires de la CAGEX | 76 |
| Tableau N°III.13 | L'évolution des PME privées et de l'emploi dans la wilaya de Bejaia | 81 |
| Tableau N°III.14 | Répartition des PME privées par secteur d'activité | 82 |
| Tableau N°III.15 | Mouvements des PME privées par tranche d'effectif | 84 |

Liste des figures

| Numéro de la figure | Titre de la figure | Page |
|----------------------------|---|-------------|
| Figure N°I.1 | Les séquences du processus d'internationalisation (modèle UPPSALA) | 27 |
| FIGURE N°I.2 | Courbe de cycle de vie de produit | 30 |
| FIGURE N°I.3 | Les différentes formes de l'exportation | 34 |
| FIGURE N°I.4 | Les déterminants qui influencent la décision d'exportation des PME | 46 |
| FIGURE N°II.5 | L'évolution de la population des PME en Algérie durant la période 2004-S1/2019 | 57 |
| FIGURE N°II.6 | Répartition des PME privées par secteur d'activité S1/2019 | 58 |
| FIGURE N°II.7 | Représentation des PME publique par secteur d'activité S1/2019 | 59 |
| FIGURE N°II.8 | Répartition des PME privées Algériennes par région en S1/2019 | 60 |
| FIGURE N°II.9 | L'évolution de la contribution de la PME à la création de l'emploi 2005-S1/2019 | 61 |
| FIGURE N°II.10 | L'évolution de PIB HH en Algérie 2004-2015 | 63 |
| FIGURE N°II.11 | L'évolution de commerce extérieur en Algérie 2010-2018 | 69 |
| FIGURE N°II.12 | L'évolution des exportations HH en Algérie 2010-2018 | 71 |
| Figure N°III.13 | L'évolution des PME privées et de l'emploi dans la wilaya de Bejaia | 81 |
| Figure N°III.14 | Répartition des PME privées par secteur d'activité de la wilaya de Bejaia | 83 |

Sommaire

| | |
|---|------------|
| Remerciement | I |
| Dédicace..... | II |
| Liste des abréviations..... | III |
| Liste des tableaux | IV |
| Liste des figures | V |
| Sommaire | VI |
| Introduction générale..... | 1 |
| Chapitre 01 : PME et exportation, théorie et réalité | |
| Introduction... .. | 17 |
| Section 01 : cadre conceptuel de la PME..... | 18 |
| Section 02 : l'exportation comme un premier pas vers l'internationalisation... .. | 25 |
| Section 03 : les déterminants de la décision d'exportation des PME... .. | 42 |
| Conclusion..... | 47 |
| Chapitre 02 : profil de la PME en Algérie | |
| Introduction | 49 |
| Section 01 : la PME en Algérie, définition et caractéristique | 50 |
| Section 02 : la PME et leur place dans le développement de l'économie Algérienne..... | 55 |
| Section 03 : présentation de commerce extérieur et politique de soutien aux exportations hors hydrocarbure en Algérie | 77 |
| Conclusion..... | 78 |
| Chapitre 03 : Les PME en Algérie cas de wilaya de Bejaia | |
| Introduction... .. | 80 |
| Section 01 : monographie des PME de wilaya de Bejaia | 81 |
| Section 03 : étude comparative des déterminants de décision d'exportation entre les PME allemand, française et Algériennes... .. | 84 |
| Conclusion..... | 91 |
| Conclusion générale | 92 |
| Bibliographié..... | 94 |
| Table des matières..... | 98 |

Introduction générale

Introduction générale

Les petites et moyennes entreprises sont des entreprises dont la taille, définie à partir du nombre de salariés, du bilan et du chiffre d'affaires, ne dépasse pas certains seuils qui sont différents d'un pays à un autre. La création de ces dernières ne cesse d'être d'actualité depuis les années 1980, elles représentent un taux à 90% de la totalité de l'entreprise existante dans le monde entier..

En effet, ce secteur n'a rien d'homogène puisqu'on compte les très petites entreprises, les petites, les moyennes, les travailleurs autonomes, les artisans, etc. La définition de la PME varie d'un pays à l'autre. On tient généralement compte de la valeur du chiffre d'affaire et /ou de la valeur des actifs ou du nombre des effectifs employés. Un grand nombre des pays membres de l'OCDE prennent en considération la deuxième variable à savoir le nombre d'effectifs. Ils la fixe à 200 ou 250 personnes, à l'exception du Japon qui a adopté une autre barre (300 salariés) et les Etats-Unis à 500 salariés.

À partir des années 70, l'internationalisation des PME a fait l'objet de plusieurs études qui ont tenté de conceptualiser le processus par lequel les entreprises s'engagent à l'international, notamment l'approche behavioriste, l'approche par les réseaux et l'approche par les ressources.

Toutefois, si l'internationalisation peut être perçue comme une stratégie d'extension ou de croissance des marchés, cette orientation peut prendre différentes formes de s'engager sur les marchés étrangers depuis l'exportation jusqu'à la détention de filiales à l'étranger. L'exportation est souvent la première activité choisie par les entreprises.

Les déterminants de l'internationalisation des entreprises sont divers et diffèrent selon les objectifs qu'elles préconisent par leur stratégie. Toutefois, le déterminant le plus évoqué est la taille. Si pendant longtemps la taille de la firme est apparue comme le déterminant majeur de l'internationalisation des entreprises, pour autant et comme souvent lorsqu'il s'agit de la PME, ce facteur demeure incapable d'expliquer le processus d'internationalisation de ce type d'entreprise. Des approches théoriques et des analyses empiriques ont révélé que d'autres facteurs peuvent être à l'origine de la décision d'internationalisation des PME

Introduction générale

En Algérie, les PME sont peu engagées sur les marchés étrangers. Le volume des exportations globales hors hydrocarbures arrive à peine à franchir le cap de deux milliards de dollars/an. Les données disponibles au niveau de ministère de l'industrie indiquent que la portée internationale des PME algériennes est très réduite.

Les entreprises algériennes deviennent ainsi le moteur essentiel de la création d'emploi, créer davantage d'emploi viable, et pérennes demeure une priorité majeure pour l'Algérie, qui a connue une mutation très importante, en raison de passage de l'économie administrée à l'économie de marché.

Le commerce extérieur algérien est fortement dominé par l'exportation des hydrocarbures. Cette dépendance, vis-à-vis des ressources pétrolières, représente un problème majeur, qui menace la stabilité de l'économie et qui la rend assez vulnérable. Ainsi, afin de mettre fin à cette fragilité, et dans le but de diversifier les sources de croissance et de richesse nationales, l'Etat a engagé une série de réformes, dont la nécessité de mener la production nationale vers l'exportation constitue leur principal objectif. Les déterminants de l'internationalisation des entreprises sont divers et différents selon les objectifs qu'elles préconisent par leur stratégie. Toutefois, le déterminant le plus évoqué est la taille.

Les PME ayant réussi à inscrire leur présence dans les marchés étrangers méritent d'être étudiées afin de comprendre leurs comportements en matière de l'exportation et tenter d'identifier les facteurs déterminants de la décision d'exportation. C'est dans cette perspective que s'inscrit le présent travail de mémoire. Il s'agit, plus précisément, d'essayer d'apporter les éléments de réponse à la question suivante :

Quels sont les facteurs qui influencent la décision d'exportation des PME algériennes?

A partir de l'objectif de la recherche et pour répondre à notre questionnement de recherche, nous avons formulé les hypothèses suivantes :

H1 : la PME devient exportatrice une fois elle a atteint une certaine taille (taille critique) qui lui permet de dégager une offre excédentaire.

H2 : le dirigeant de la PME exportatrice a un profil exportateur (expérience à l'étranger, compétence en langues étrangères, ...)

Introduction générale

H3 : Les caractéristiques du propriétaire dirigeant influent sur la décision d'exportation des PME algériennes.

H4 : Les facteurs environnementaux influent sur la décision d'exportation des PME algériennes.

Concernant le volet méthodologiques, et sur la plan rédactionnel, notre travail est subdivisé en trois chapitre :

Le premier chapitre : PME et exportation, théories et réalités, portant sur l'analyse du cadre conceptuel, la définition de la PME et différent caractéristique et classification traitera les différents aspects théoriques a l'international et l'exportation, et ces différents formes, ainsi les déterminants de la décision d'exportation des PME.

Le deuxième chapitre : aura pour objectif de présenter le profil de la PME en Algérie et le rôle de ces entreprises dans l'économie algérienne. Ainsi que la présentation de commerce extérieur en Algérie et les différents politique de soutien des exportation hors hydrocarbures

Enfin, le troisième chapitre : les en Algérie cas de wilaya de Bejaia sera consacré à présenter la monographie des PME de la wilaya de Bejaia et l'étude comparative entre les trois pays (PME Algérienne, PME Allemagne, PME française).

Chapitre 01
PME et exportation, théorie et réalité

Introduction

Les petites et moyennes entreprises jouent un rôle décisif dans le développement économique de nombreux pays (pays développé et pays en voie de développement), elles constituent l'un des éléments essentiels pour l'intégration et la diversification de ces économies, mais aussi une source de croissance économiques.

A cet effet, ce premier chapitre sera organisé en trois sections, la première va porter sur le cadre conceptuel de la PME, la deuxième sera consacrée aux différentes théories d'internationalisation des PME ainsi que l'exportation et ces différentes formes, et enfin la troisième fera l'objet des déterminants de la décision d'exportation des PME.

Section 01 : cadre conceptuel de la PME

Dans cette section nous allons d'abord définir la petite et moyenne entreprise selon deux approches, ensuite présenter la définition de quelque pays.

Enfin, nous allons classifier les petites et moyennes entreprises selon la taille et le secteur d'activités.

I. Définition et différente approche des PME**Définition de la PME**

Selon l'Union Européenne qui a adopté une recommandation sur la définition des PME (en 1996, actualisée en mai 2003). Les PME sont constituées des entreprises qui occupent moins de 250 salariés et dont :

- soit le chiffre d'affaires n'excède pas 50 millions d'euros
- soit le total du bilan annuel n'excède pas 43 millions d'euros¹

Les approches de la PME

La définition de la PME peut se subdiviser en deux approches distinctes selon les critères de références utilisés : d'une part, les définitions utilisant des critères qualitatifs également dénommés « critères théoriques, sociologiques ou analytiques » et d'autre part, celles utilisant des critères quantitatifs nommés aussi « descriptive² »/.

Approche qualitative

Cette approche reflète la dimension socio-économique appuyée sur des éléments tels que la dimension humaine de l'entreprise ; donc la PME est une « unité de production ou de direction et de gestion, sous l'autorité d'un dirigeant entièrement responsable de l'entreprise dont il est souvent propriétaire et qui est directement lié à la vie de l'entreprise³ ».

Pour P. André Julien et MARCHESNAY. M, la PME est « avant tout une entreprise juridiquement si non financièrement indépendante, opérant dans les secteurs primaires, manufacturiers ou de services et dont les fonctions de responsabilité incombent le plus

¹NATHALIE DUFFAL, ISABLE DUVAL, « économie de l'entreprise la stratégie des PME », 2005, P.01, disponible sur <http://www.oeconomia.net/private/cours/economieentreprise/themes/strategiepme.pdf>.

²Robert WITTERWULGHE « La P.M.E. Une entreprise humaine » éd. Boeck et Larcier, 1998 p.14

³Ibid. P.15

souvent à une seule personne, sinon à deux ou trois, en général seules propriétaires du capital⁴ ».

Les auteurs soulignent que « le chef d'entreprise est omniprésent dans l'approche qualitative. Son rôle est considéré comme déterminant dans la PME ».⁵

Cette administration créée dans le souci de protéger les petites moyenne entreprises, retient des critères définissant la PME qui correspondent à :

- **L'indépendance** : La PME doit détenir au minimum 75 % de son capital
- **La part de marché** : Elle est relativement restreinte.
- **L'appartenance à un entrepreneur indépendant** : L'entreprise est dirigée par son propriétaire d'une manière personnalisée, C'est lui qui assume la responsabilité directe et finale⁶.

Approche quantitative

Cette approche est basée sur des éléments facilement mesurables et ostensibles mais sans exprimer la réalité économique de la PME, comme le souligne le groupe de recherche en économie et gestion de PME⁷ « Les typologies quantitatives relèvent de l'approche économique traditionnelle qui se refuse de pénétrer dans la boîte noire* de l'entreprise et qui ne touche ainsi qu'aux éléments les plus apparents ».⁸

Si la plupart des pays se réfèrent aux mêmes critères pour définir cette catégorie d'entreprises qui sont la taille de l'effectif, le montant du chiffre d'affaires et/ou du total du bilan, les seuils utilisés varient considérablement d'un pays à l'autre.

Définition de la PME selon différents pays

Les PME sont souvent distinguées selon leur taille, mesurée d'effectif et de chiffres d'affaires, néanmoins, la taille retenue n'est pas universelle, les limites diffèrent selon les pays⁹ :

⁴JULIEN.P.A, MARCHESNAY.M, « la petite entreprise : principes économiques et gestion »,éd Vuibert, P.56

⁵Idem, P.21.

⁶WITTERWUGHE.R « la PME une entreprise humaine », Boeck, 2ème édition, 2008, P16

⁷Groupe de recherche en économie et gestion des PME

⁸GREPME « PME : bilan et perspectives », Les Presses Inter Universitaires, QUEBEC, 1997, p.27.

* Ce concept de boîte noire représente un concept cher aux théoriciens classiques et néoclassiques. Utilisé par ces derniers pour décrire la firme, qui ne représente pour eux qu'un point dans l'espace réduite à un agent dont la fonction principale consiste à produire des biens et/ou services et dont l'organisation n'a pas été prise en considération.

⁹JULLETIN DE VIELLE : « Mise à niveau PME création d'entreprise ».2012.Page.1

Etats-Unis :

Une entreprise de 500 salariés est encore considérée comme une PME.¹⁰

Au Canada :

Une « petite ou moyenne entreprise » (PME) ne doit généralement pas employer plus de 500 personnes, ne pas avoir un actif supérieur à 25 millions de dollars et ne doit pas être détenue à plus de 25 % de son capital. Selon la Confédération générale des petites et moyennes entreprises, les PME se répartissent de la façon suivante : les petites entreprises sont celles qui regroupent de 5 à 50 salariés; les moyennes entreprises se définissent de façon variable suivant le pays et le secteur d'activité, avec un maximum généralement fixé à 500 salariés¹¹.

II. Les caractéristiques de la PME

La PME présente des caractéristiques qui la rendent différents des autres catégories d'entreprise¹²:

- La centralisation de la gestion, entraînant une grande dépendance à l'égard du dirigeant qui prend seul l'ensemble de décisions, d'où la nécessité de connaître le profil de ce derniers pour comprendre le fonctionnement des petites entreprises. Ses aspirations personnelles influenceront considérablement son style de commandement et le choix de ses objectifs ;

- La proximité de l'entreprise est le principe interne qui fédère l'ensemble des spécificités économiques, organisationnelles et psychologiques de la PME. A l'heure ou de plus en plus de grandes entreprises cherchent à mettre en œuvre un management plus proche de leur salariés et de leur clients, il semble que la PME servir de modèle de par les interactions étroites, directes et personnelles de ses membres, que ce soit le monde hiérarchique, l'organisation de différentes taches de l'entreprise, la gestion de l'information, la stratégie ;

¹⁰ Idem.

¹¹ <http://www.dip3.ca/category/pme/> consulter le 04/10/2020

¹² TORRES Olivier, «les PME », universitaire de canada, 1999, P25.

- Les PME se caractérisent précisément par une absence de décomposition fonctionnelle. Le chef d'entreprise assure plusieurs fonctions de direction et autres divisions des tâches, et les employés exercent des tâches considérées polyvalentes, plus flexibles au niveau interne de l'entreprise ;
- Un environnement très influant : le degré de vulnérabilité de la PME dépendra du degré de complexité des technologies, et celui de l'accessibilité des systèmes de production et de distribution (faible coût de d'entrée, vitesse d'apprentissage de la technologie) et du degré de turbulence, La PME sera d'autant vulnérable que l'environnement sera plus complexe, plus accessible et plus tabulant. Du fait de sa taille, la PME possède une structure souple, mais elle est souvent dépendante de son environnement ;
- Pour les PME, les systèmes d'information et de communication sont généralement simples et direct, favorisant l'existence d'une forte culture organisationnelle à laquelle tout le monde adhère spontanément.

III. classification de la PME

Le secteur des PME contient de multiples approches, ce qui fait que pour les concevoir et mieux les connaître, il a été procédé à leur classification selon Le secteur d'activité :

Classification par secteur économique

Cette classification se détermine selon l'activité principale de la PME, dont on distingue : Secteur primaire (agriculture, sylviculture, pêche, parfois mines) • Secteur secondaire (industrie, bâtiment et travaux publics) • Secteur tertiaire (services) ; On distingue aussi parfois un secteur quaternaire (recherche, développement et information).

Le secteur primaire

Comprend l'agriculture, la pêche, l'exploitation forestière et l'exploitation minière. On désigne parfois les trois dernières par le terme « autres industries primaires ». Les industries primaires sont liées à l'extraction des ressources de la terre. En 1995, l'agriculture représentait en France 5 % de part de la population active ayant un emploi, contre 40 % en 1913.

Le secteur secondaire

Regroupe les activités liées à la transformation des matières premières issues du secteur primaire (industrie manufacturière, construction); il fournit des emplois d'ingénieur et du travail de recherche et développement à des entreprises du secteur tertiaire. Activités du secteur secondaire : Agroalimentaire, Artisanat, Automobile, Astronautique, Bâtiments et travaux publics (BTP), Construction électrotechnique, Construction ferroviaire, Construction mécanique, Construction navale, Industrie chimique, Industrie pharmaceutique, Industrie spatiale, Électronique, Électroménager, Énergétique, Industrie textile, Industrie papetière, Industrie du bois, Production d'énergie (centrale électrique, gaz)

Le secteur tertiaire

Est défini par exclusion des deux autres secteurs : il regroupe toutes les activités économiques qui ne font pas partie du secteur primaire ou du secteur secondaire. Il s'agit du secteur qui produit des services. Dans les pays développés, c'est de loin le secteur le plus important en nombre d'actifs occupés. On distingue le secteur tertiaire marchand du secteur tertiaire non marchand, ce dernier comprenant la production de services non échangeables comme la justice, la sécurité, etc. Le secteur tertiaire, qui représentait 28 % des emplois en 1913, est passé à 70%

Classification par taille et impact économique

Selon la définition de la Commission européenne, les entreprises sont classées comme :

- **micro-entreprise** : Sous-catégorie des TPE définie en France par un chiffre d'affaires inférieur à 76300 euros pour celles réalisant des opérations d'achat-vente et à 27000 euros pour les autres.
- **très petite entreprise (TPE)** : moins de 10 salariés avec soit un chiffre d'affaires inférieur à 2 millions d'euros par an, soit un total bilan inférieur à 2 millions d'euros.
- **petite entreprise (PE)** : entre 10 salariés et 49 salariés avec soit un chiffre d'affaires inférieur à 10 millions d'euros par an, soit un total bilan inférieur à 10 millions d'euros.
- **moyenne entreprise (ME)** : entre 50 salariés et 249 salariés avec soit un chiffre d'affaires inférieur à 50 millions d'euros par an, soit un total bilan inférieur à 43 millions d'euros.

- **Grande entreprise** : 250 salariés et plus ou à la fois un chiffre d'affaires supérieur ou égal à 50 millions d'euros par an et un total bilan supérieur ou égal à 43 millions d'euros.
- **groupe d'entreprises** : comporte une société mère et des filiales.
- **entreprise étendue (ou en réseau, ou matricielle, ou virtuelle)** : comprend une entreprise pilote travaillant avec de nombreuses entreprises partenaires.

IV. Les avantages de la PME

Les PME possèdent ses propres avantages qui accroissent son efficacité et lui permettant d'atteindre ses buts ils se résument en générale¹³ :

- Les PME utilisent généralement moins de capitaux par travailleur que les grandes, donc créent des emplois à un coût d'équipement relativement faible. Ce qui explique la faiblesse des investissements lors de la création et la rapidité de leur mise en œuvre ;
- Plus près des besoins de la clientèle, les PME produisent en priorité pour les besoins locaux: la plupart de leurs produits répondent aux besoins essentiels de la majorité de la population;
- Les P.M.E. présentent une simplicité technologique permettant une maîtrise
- Rapide de l'outil de travail ;
- Elles s'adaptent plus facilement aux fluctuations du marché en raison de leur grande flexibilité ;
- La PME présente l'avantage d'utiliser une forte main-d'œuvre, des techniques de production relativement simples et de former sur le tas cette main-d'œuvre sans Expérience industrielle. Donc elle a la capacité de procurer beaucoup d'emplois rémunérés ;
- Les dirigeants des petites entreprises en contact permanent avec le terrain perçoivent plus rapidement les besoins particuliers du marché qu'ils desservent et réagissent alors plus rapidement en adaptant ou modifiant la production. Ils peuvent aussi communiquer directement avec leurs employés sans passer par des structures complexes, ce qui facilite la circulation du flux d'information ;

¹³EL GHAZIH « types de manager et de pratiques entrepreneuriales en Algérie », Thèse de magistère, Université Tlemcen, 2011. P.25

- L'absence relative d'un climat de travail conflictuel à l'intérieur de l'organisation en raison de l'ambiance conviviale qui y règne. Le management est plus direct et plus flexible dans les PME ;
- Enfin, la motivation qui anime les dirigeants de ces entreprises se trouve être aussi un élément de force.
- Les petites entreprises présentant nécessairement les défauts de leurs qualités, leurs faibles disponibilités financières seraient leur principal handicap ;

V. Les inconvénients de la PME

Les PME rencontrent des difficultés et des complications particulières dont on peut citer :

- Les petites entreprises présentant nécessairement les défauts de leurs qualités, leurs faibles disponibilités financières seraient leur principal handicap ;
- Si la faible exigence en capitaux est l'un des grands avantages de la PME, cette même insuffisance de capitaux se trouve être la principale source de difficultés des PME durant leur période de démarrage ;
- Avec des faibles ressources, la PME doit fonctionner en synergie avec son milieu ;
- Les PME. n'ont pas les moyens d'innover. Elles manquent de moyens financiers pour assurer des investissements en recherche. Et si elles semblent redouter l'innovation technique, c'est qu'elles ne peuvent comme le font les grandes entreprises créer un département de recherche et développement impliquant la spécialisation de salariés à plein temps. Néanmoins, on ne considère pas que les PME n'innovent pas ;
- La petite entreprise étant une émanation de la personnalité de l'entrepreneur, elle dépend de ce patron et ses mobiles. Donc ce lien étroit entre l'entreprise et son chef peut ne pas être bénéfique à tous les coups et peut-être même fatal dans certains cas.¹⁴

¹⁴ Ibid. p.27

Section02 : l'exportation comme un premier pas vers l'internationalisation des PME

Dans la présente section nous présenterons en premier lieu la notion de l'internationalisation, et en second lieu, les principales théories de l'internationalisation des petites et moyennes entreprises (PME).

I. notion de l'internationalisation des PME

L'internationalisation est entendue comme « *toute démarche mettant en contact l'entreprise avec différents acteurs au-delà des frontières nationales à savoir, l'exportation directe ou indirecte, l'importation de matières premières, de matériel savoir faire, l'investissement direct, par la création de filiales ou par les prises de participation, ainsi que la coopération internationale* »¹⁵.

Nous retenons celle proposée par RUZZIER et al. (2006) « *l'internationalisation des entreprises est synonyme de l'expansion géographique de ses activités économiques au-delà des frontières national*¹⁶ ».

II. Les théories d'internationalisation

La théorie économique et la théorie des organisations ont fourni plusieurs modèles explicatifs de l'internationalisation des entreprises. Ceux-ci ont permis particulièrement de mieux identifier les principaux facteurs qui mènent les entreprises à s'engager dans une stratégie de développement à l'international.

L'approche behavioriste

Les premiers modèles d'internationalisation des entreprises trouvent leur fondement dans la « théorie behavioriste de la firme », élaborée principalement par Cyert et March (1963, 1970). Cette théorie « comportementale » postule que l'internationalisation est le produit d'une série de décisions incrémentales. Milieu des années 70, Johanson et Wiedersheim-Paul (1975) et Johanson et Vahlne (1977), ont élaboré un premier modèle d'internationalisation pour expliquer le comportement

¹⁵ Gérard CAZABAT «internationalisation de la PME une nouvelle représentation organisationnelle», 2014, P,52 disponible sur <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-01022777/document>

¹⁶ TAMIRI MA et EL GRAINI M. (2019) « le réseautage : un déterminant de l'internationalisation des PME et de leur performance à l'export » revue du contrôle, de la comptabilité de l'audit « Numéro 8 : mars 2019/volume 3 : p.1009

d'internationalisation des entreprises suédoises. Le modèle est appelé Uppsala (U-modèle) au nom de leur université d'origine. Nous présentons par la suite les fondements de ce modèle d'internationalisation tout en précisant ses apports et ses limites pour la compréhension de la dynamique du processus d'internationalisation¹⁷.

modèle UPPSALA

Créé dans les années 1970 (par Johanson & Wiedersheim-Paul, 1975) à l'Université d'Uppsala, le modèle éponyme a cherché à apporter une réponse conjointe et articulée à deux questions centrales pour toute firme qui veut s'internationaliser :

- quel pays/marché faut-il choisir ?
- Quelle modalité d'expansion dans le pays faut-il choisir ?

Le modèle Uppsala est caractérisé par l'importance de la progressivité dans l'expansion internationale des firmes. Le principal objectif de cette expansion progressive est de réduire l'incertitude spécifique aux marchés étrangers en s'appuyant sur une connaissance « expérientielle » élargie des opérations internationales. C'est donc une internationalisation par étapes que propose ce modèle.

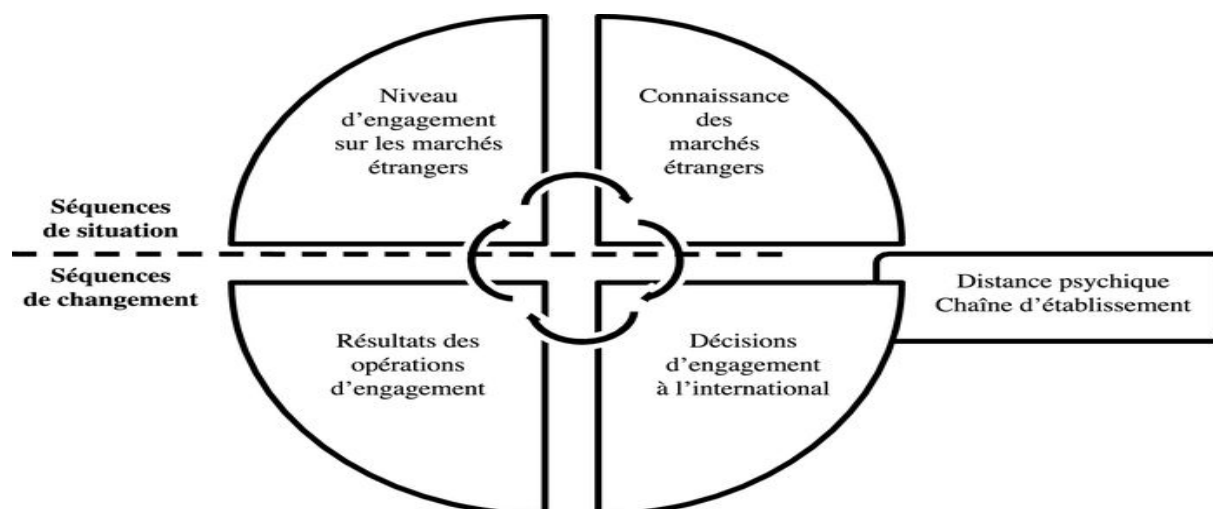
Le modèle présente une démarche sous la forme de quatre séquences qui s'enchainent graduellement :

- niveau d'engagement sur les marchés étrangers (séquence 1),
- connaissance des marchés étrangers (séquence 2),
- décisions d'engagement à l'international (séquence 3)
- résultats des opérations d'engagement (séquence 4)¹⁸

¹⁷ ISSAM MEJRI « l'internationalisation des PME technologiques issues des économies émergents : une analys basée sur les opportunités d'affaire », université de cote d'azur, P.22

¹⁸ <https://www.glossaire-international.com/pages/tous-les-termes/modele-uppsala.html> consulté le 15/09/2010

Figure N°I.1 : Les Séquences du Processus d'Internationalisation (Modèle Uppsala 1977)



Source : Johanson Et Vahlne, 1977, p. 24

- **Séquence 01 : niveau d'engagement sur les marchés étrangers** qui présente une analyse de la firme des expansions internationales actuelles en regard de deux critères : la quantité des ressources engagées dans chaque pays (nombre de salariés, nombre de filiales, montant investi, ...) et le degré d'engagement (degré de dépendance de la firme vis-à-vis des marchés étrangers, transfert de ressources stratégiques, ...).
- **Séquence 02 : connaissance des marchés** qui correspond à la base de connaissances expérientielles dont dispose la firme. Cette séquence découle directement de la séquence 1 au travers des mécanismes d'apprentissage organisationnel.
- **Séquence 03 : décision d'engagement à l'international** Séquence 04 : résultats des opérations d'engagement

Les Séquence 3 ainsi que les résultats de ces choix séquence 4. Les deux séquences consécutives de celles « de situation » permettent de comprendre les décisions, les actions et les résultats de la firme en matière d'internationalisation : ce sont des séquences « de changement ». Plus précisément, les choix de « sélection » et d'« expansion » qui sont faits lors de la séquence 3 s'appuient respectivement sur le critère de « distance psychique » et sur celui de « chaîne d'établissement ». La sélection des marchés étrangers cibles se fait entre la firme et chacun de ces marchés.

¹⁹ <https://www.erudit.org/en/journals/mi/1900-v1-n1-mi3997/045624ar/abstract/> consulté le 15/09/2020

II.1.2. Le modèle d'innovation (I-modèle)

Le modèle d'innovation réunit plusieurs modèles qui ont en commun de considérer le processus d'internationalisation comme analogue à celui de la diffusion de l'innovation. Il s'agit principalement de quatre études : Bilkey et Tesar (1977), Cavusgil (1980), Czinkota et Tesar (1982) et Reid (1981). Ces modèles se différencient surtout par le nombre d'étapes et la description de chacun. Le mode d'internationalisation qui y est étudié, l'exportation et les objets de l'étude sont aussi bien les PME que les grandes entreprises. Le I-modèle est inspiré par l'école suédoise et maintient la vision graduelle de l'internationalisation ainsi que l'importance de la distance psychologique en tant que partie intégrante du développement d'une entreprise à l'étranger.

La principale différence entre les études composant l'I-modèle est l'interprétation des moteurs de l'exportation (Andersen 1993). Dans le cas de Bilkey et Tesar (1977) et Czinkota 1982) la première étape se caractérise par un désintéressement d'une entreprise vis-à-vis de l'internationalisation. C'est seulement dans la deuxième étape, qu'elle est prête à répondre à des sollicitations extérieures²⁰

la théorie de cycle de vie d'un produit Vernon (1966) :

Le concept de cycle de vie du produit pour l'internationalisation des firmes est basé sur la logique du commerce international. Ce concept est présenté dans la théorie économique de Raymond Vernon (1979). Il essaie d'expliquer l'émergence du commerce et l'investissement international en utilisant directement le concept de cycle de vie du produit. Selon la théorie de Vernon, l'innovation et la production d'un nouveau produit passent par différents stades: le lancement d'un nouveau produit dans un pays qui dispose de d'avantage technologique, l'exportation lors de la phase de croissance de produit, la production à l'étranger et la réexportation vers le marché domestique et vers d'autres marchés lors de la phase de maturité et de déclin du produit²¹.

- ✓ **Recherche & développement** : C'est la phase de conception et de mise au point du produit. L'entreprise dépense énormément pendant cette phase, alors qu'elle ne gagne aucun bénéfice puisque le produit n'est pas encore commercialisé. Cette

²⁰ PISAREK.W « stratégies d'internationalisation des PME, les apports en terme de conceptualisation du processus », Université Paris 1 PANTHEON-SORBONNE, juin 2011, P15

²¹ NGUYEN THI KIM HANH, « décision et performance à l'exportation ; une étude empirique des entreprises manufacturières des chaussures vietnamiennes », octobre 2006, Université du Québec à Montréal, P. 38

phase est une période de pertes pour l'entreprise, mais elle est aussi essentielle pour sa réussite future.

- ✓ **Lancement** : Le produit est introduit sur le marché. Il est peu connu des consommateurs et des réseaux de distribution. De plus la clientèle est hésitante face à ce nouveau produit. Les ventes évoluent lentement et sont inférieures au seuil de rentabilité. Le coût production élevé est dû au faible volume de production. Tout cela rend le coût unitaire du produit élevé. La distribution est limitée et sélective, sa mise en place n'est pas finie. La concurrence est faible voire inexistante²².
- ✓ **Croissance** : le produit commence à générer du profit et devient de plus en plus rentable. Les dépenses promotionnelles comme la publicité restent nécessaires afin de développer sa marque²³.
- ✓ **La maturité** : est la période de ralentissement des ventes ; le produit est alors accepté par la plupart des acheteurs potentiels. Les bénéfices commencent à décliner en raison de l'augmentation des dépenses de marketing rendues nécessaires pour maintenir la position du produit face à la concurrence²⁴.
- ✓ **Déclin** : est la période au cours de laquelle les ventes et les bénéfices diminuent considérablement²⁵.

²² <https://www.d6-dz.com/post/2017/08/19/cycle-de-vie-du-produit> consulté le 08/09/2020

²³ <https://www.expertinbox.com/2013/07/18/le-cycle-de-vie-du-produit>

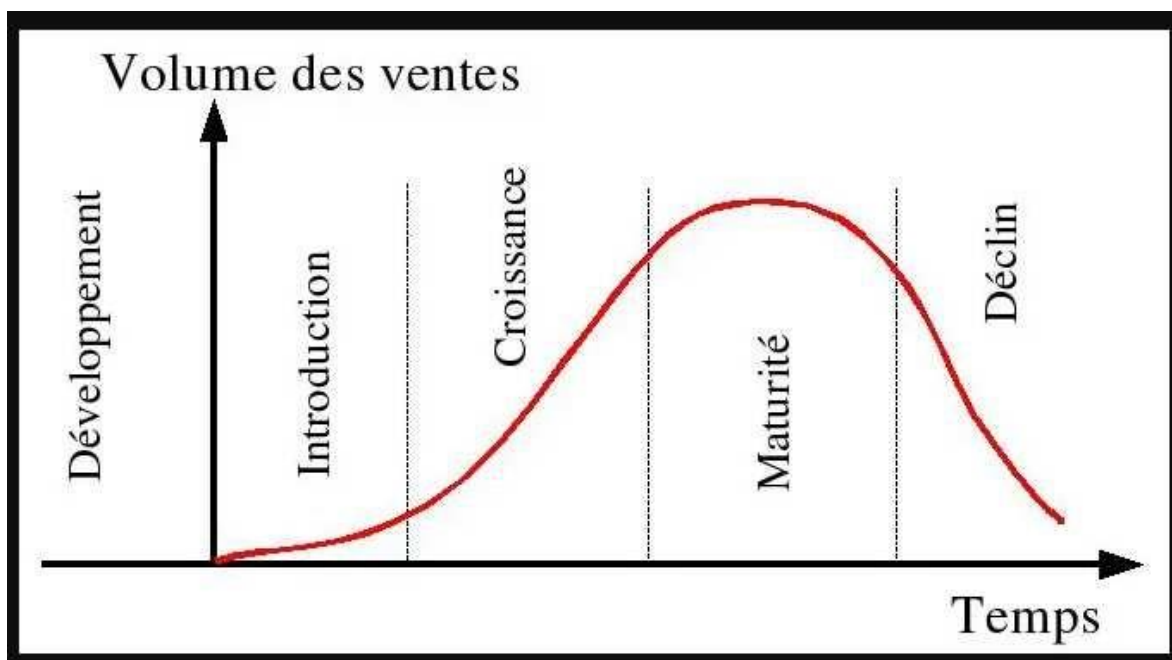
Consulté le 11/09/2020

²⁴ <https://www.hrimag.com/Le-cycle-de-vie-d-un-produit-ce-qu-il-faut-savoir-selon-Philip-Kotler>

Consulté le 11/09/2020

²⁵ <https://www.hrimag.com/Le-cycle-de-vie-d-un-produit-ce-qu-il-faut-savoir-selon-Philip-Kotler>

Figure N°I.2. Courbe de Cycle de vie de produit



Source : J. Amelon, J. Cardebart, « 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.

L'approche par les compétences et les réseaux

Ces deux approches se distinguent des précédentes ont mettant l'accent, l'une sur les compétences et les ressources stratégiques de l'entreprise et l'autre sur les réseaux de celle ci.

II.3.1. L'approche par les ressources et les compétences

Cette approche, développée suite aux travaux de Penrose, Hamel et Prahalad, met en avant le rôle des compétences de l'équipe dirigeante qui permettent d'initier et de

construire le processus stratégique lié à l'internationalisation. Selon cette théorie, « toutes les ressources possédées par une entreprise ne lui confèrent pas un avantage concurrentiel durable.

Les ressources stratégiques sont celles qui sont rares durables, difficiles à transférer et à imiter ²⁶»

II.3.2 L'approche par les réseaux.

Dans cette approche, l'internationalisation est définie comme un réseau qui se développe à travers les relations internationales tissées avec les pays étrangers. L'appartenance à un réseau permet aux entreprises de se développer à l'international. Selon (Johanson et Mattsson, 1988), l'internationalisation passe par trois étapes :

- Construction d'un réseau par l'entreprise ;
- Développement de sa position au sein du réseau en entraînant une augmentation des ressources engagées;
- Coordination des réseaux. En collaborant avec les réseaux nationaux et en établissant des relations financières, technologiques et des relations de marchés, permettra d'élargir ses relations au delà de son territoire national²⁷

L'approche par les réseaux est un prolongement aux travaux précédents de l'école d'Uppsala en dépassant l'aspect unilatéral et introduisant un aspect multilatéral. Selon, (Gemser et al, 2004) l'internationalisation est influencée par les relations formelles et informelles. Le positionnement d'une entreprise dans un réseau lui permet de développer ses capacités visant à assurer une meilleure coopération avec les autres acteurs. Le succès de l'internationalisation des entreprises est éventuellement relatif à la qualité et la variété des réseaux qu'elles peuvent construire²⁸

²⁷ Naima Labiad « stratégie l'internationalisation des entreprises Algériennes : modèle de performance économiques et développement technologique », université de Sidi bel Abbès, 2018, P.37.

²⁸ Ibid. P.37

La théorie éclectique de Dunning

À partir des années 1980, les chercheurs ont tenté de fournir des explications plus complètes des stratégies de localisation. Le modèle de « l'expansion à l'étranger » et en particulier sa version « paradigme éclectique » a constitué le modèle conceptuel dominant dans la recherche en management international pendant les deux dernières décennies. Dans son approche éclectique, se penche sur la question du mode d'entrée sur un marché étranger. Il explique que le choix entre la licence, l'exportation et l'investissement direct à l'étranger est guidé par trois d'avantages « OLI »²⁹:

- **Les avantages spécifiques (Ownership advantages)** qui correspondent aux avantages spécifiques possédés par la firme ;
- **Les avantages de localisation (Location advantages)** qui désignent les avantages associés à la localisation des activités à l'étranger;
- **Les avantages de l'internalisation (Internalisation advantages)** qui correspondent aux bénéfices de l'internalisation des activités à l'international. Une implantation à l'étranger par le biais d'un investissement direct à l'étranger est favorable si les trois types d'avantages sont réunis. Le modèle proposé intègre de nouvelles variables explicatives de la localisation en mettant notamment l'accent sur les avantages spécifiques possédés par la firme, mais aussi sur l'intérêt de localiser les activités productives à l'étranger et de les internaliser. Il permet de mieux comprendre la localisation en intégrant les notions d'avantages et de ressources spécifiques, mais aussi les problématiques de contrôle de chaînes productives qui commencent à se régionaliser.

II.5.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.

²⁹ COLOVIC Ana et MAYRHOFER Ulrike, « Les stratégies de localisation des firmes multinationales », in Revue française de gestion, n° 184/2008, p. 154. Disponible sur le https://www.cairn.info/load_pdf.php?ID_ARTICLE=RFG_184_0151&download=1

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

Le pays qui jouit de l'avance technologique acquise dans un secteur bénéficie temporairement d'un Avantage Absolu et/ou Comparatif sur ses partenaires, grâce évidemment au monopole d'exportation pour les produits de secteur et, a condition toutefois que les partenaires expriment une demande dans ce sens³⁰.

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'autre pays exportent de produits banalisés.

III. Les modes d'internationalisation des PME

Se positionner à l'international ; une démarche qui se fait en utilisant des différents modes, parmi ces derniers on cite:

Les exportations

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 »³¹ « 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 »³²

les différentes formes d'exportations

Selon Mayrhofer l'exportation elle peut se réalise en trois façon³³ soit :

³⁰MUCCHIELLI J-L, MAYER T, « **Économie internationale** », Edition. Dalloz ; Paris, 2005. P.65

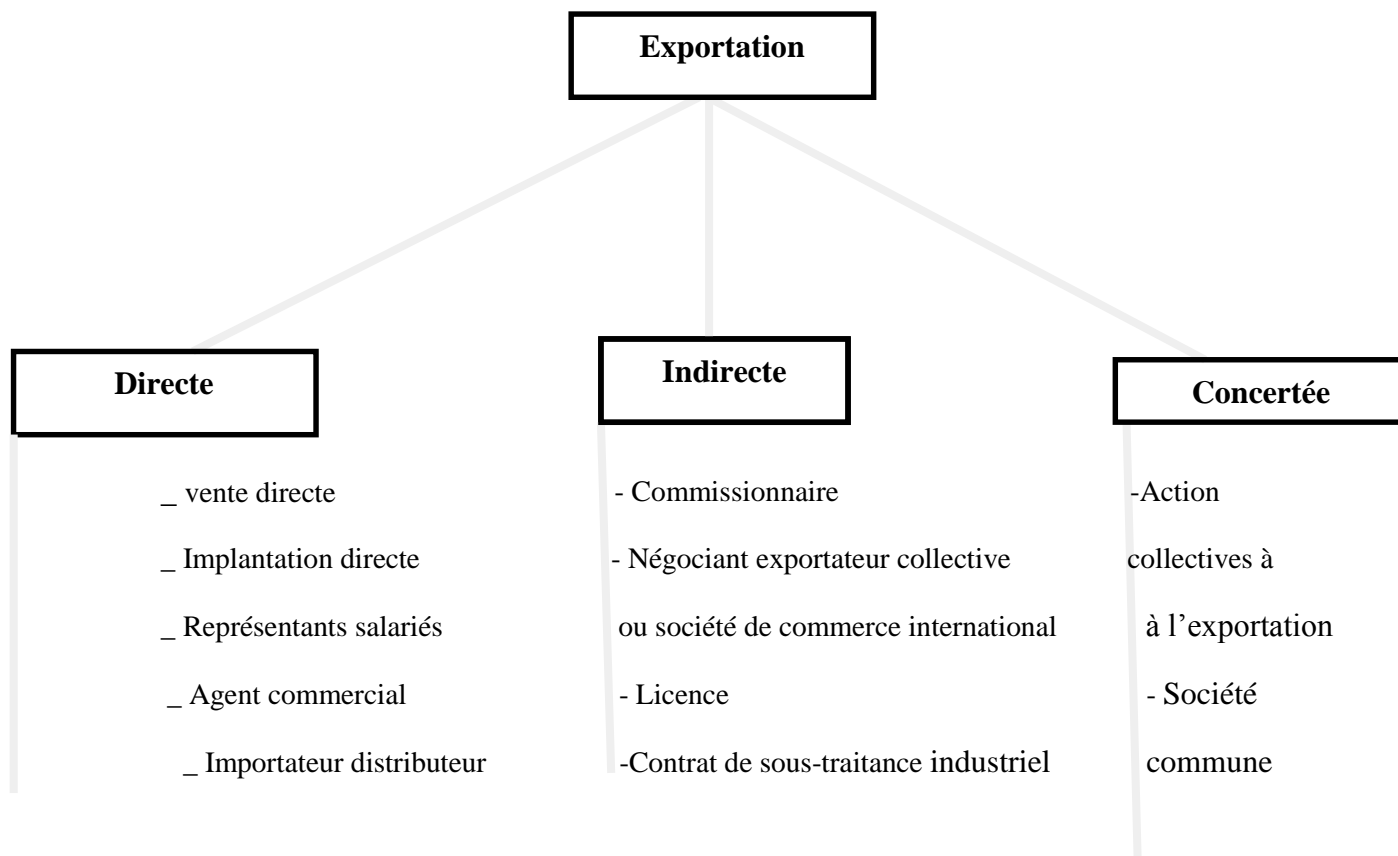
³¹ JOFFRE. P, « L'entreprise de l'exportation », Ed. Vuibert, Paris, 1987, p10.

³² MAYHOFER. U, « Le Management stratégique », Ed. Bréal, 2007, p106.

³³ Mayrhofer, « Les rapprochements, forme d'internationalisation privilégiée par les entreprises ». Gestion, 2005, P. 15.

- L'Exportation direct
- L'Exportation indirecte ;
- Exportation concertée ou associée.

Figure N°I.3: les différentes formes de l'exportation



Source : Mayrhofer, « Les rapprochements, forme d'internationalisation privilégiée par les entreprises ». Gestion, 2005, P. 15.

Cette figure nous montre les trois formes d'exportation en se basant sur la façon dont l'entreprise intervient sur le marché étranger et avec quel type de partenaire. Ainsi, nous retrouvons l'exportation directe où l'entreprise exportatrice intervient directement sur le marché extérieur, l'exportation indirecte qui se manifeste par l'intermédiaire d'un partenaire local et l'exportation concertée qui requiert la collaboration de deux ou plusieurs entreprises³⁴.

³⁴ CLARION GEORGES RAHARINIAINA « les barrières à l'exportation perçues par les pme dans les pays en développement: cas de MADAGASCAR », OCTOBRE 2012, université de Québec, P.32

Le processus d'exportation

Exporter est évidemment «vendre », de façon générale, mais d'une manière différente en tenant compte d'autres paramètres comme des clients différents, une culture différente, d'une langue différente, ou tout simplement un environnement différent. D'où la pertinence d'agir différemment de ce qui est exigé sur le marché local. Le processus d'exportation peut se présenter en trois phases que nous décrivons en détail:

L'analyse de l'environnement

Dans le processus d'exportation l'analyse de l'environnement se considère comme une étape préliminaire qui joue un rôle déterminant comme un base de la prise de décision qui influence l'exportation, on augmente les chances de réussite et réduis au même temps les probabilités d'échec, Cette étape consiste à faire une analyse de l'environnement interne et externe de l'entreprise.

Une analyse interne est surtout centrée sur les ressources et les compétences de l'entreprise. Il s'agit ici d'évaluer le potentiel et de déterminer les insuffisantes dans une perspective d'exportation. L'analyse des ressources se porte sur les moyens de production, les ressources financières et les ressources humaines.

Quant à l'analyse externe, elle vise à définir les opportunités et les menaces de l'environnement international. A soutiennent que les éléments externes à analyser sont les marchés cibles avec leurs caractéristiques. À partir de ces informations, l'entreprise essaie d'évaluer le marché en tenant compte des différentes variables telles que le potentiel de marché, le risque politique, le risque économique, le risque financier³⁵.

Le choix de la stratégie

Après avoir procédé à l'analyse de l'environnement, l'entreprise est en mesure de décider d'avancer ou non dans le processus d'exportation selon les opportunités et les risques découlant de l'étude précédente. Une fois décidée à s'engager à l'international, le processus qui s'en suit est le choix de la stratégie à adopter à savoir la localisation cible et l'approche à utiliser ainsi que le niveau des ressources à engager.

³⁵ Ibid. P.35

III.1.2.3 LA modalité pratique

Une fois que la stratégie est choisie selon l'approche appropriée et la localisation ciblée, l'entreprise entre dans la phase de mise en œuvre de l'activité d'exportation. Il s'agit, tout d'abord, de la planification et de la déclinaison des objectifs au niveau des différentes fonctions de l'entreprise. Puis, elle procède à la réalisation et à la mise en œuvre proprement dite. Et enfin, un suivi et un contrôle permanent des résultats doivent être faits afin de pouvoir redéfinir la stratégie en cas de besoin. L'entreprise est appelée à mettre en place un système de veille lui permettant de détecter les besoins à chaque étape de l'exportation³⁶.

le rôle de l'exportation

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 :

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 facteurs³⁷.

Les exportations représentent une solution pour le déséquilibre de la balance commerciale : ce déséquilibre est dû au développement des importations dont le prix 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.

III.1.3.2 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.

³⁶ Ibid. P.37

³⁷ DIEMER. A, « Principes d'économie politique », Ed, Economica, Paris, 2013, p 362.

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 correspondant à un accroissement du PIB.³⁸

³⁸ 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.³⁹

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 ainsi l'accès au capital et à la technologie.

III.1.4.. 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 libelle ses transactions en devises, elle entre en risque de change⁴⁰. 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 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 couverture.

- **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.

³⁹SIROAN. J-M, «L'OMC et la mondialisation des économies », Ed, Economica, Paris, 1998, p30.

⁴⁰BARRELIER A. et al, « Exporter : pratique du commerce international » Editions Foucher, Paris 2003, p. 339.

- **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. Cependant cette démarche comporte des risques⁴¹ 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;

⁴¹Tiré du site : www.netpme.fr/economie/321-risques-exportation.html . Consulté le 05/10/2020

- 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.

L'investissement direct étranger

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.

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 sur la gestion de l'entreprise ⁴²».

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.

⁴²OCDE : Définition de référence de l'OCDE des investissements directs internationaux, Paris, 4eme Edition 2008, p17.

- **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 compétitivité⁴³.

- **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 nationale⁴⁴.

- **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 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

⁴³ BOUZIDI, (Abdelmadjid) : Comprendre la mutation de l'économie algérienne, les mots-clés, Edition SOCIETE NATIONALE DE COMPTABILITE, Alger, 1992, P.57.

⁴⁴ Corinne PASCO-BERHO, Hélène LE-STER-BEAUMERUIELLE « marketing international » DUNOD, Paris, 2007, p196.

juridique. L'entreprise sous-traitante doit strictement se conformer aux spécifiés techniques ou commerciales des produits et services que le donneur d'ordre lui délimite⁴⁵.

Section 03 : les déterminants de la décision d'exportation des PME

Les déterminants de la décision d'exportation des PME sont un ensemble des facteurs ayant un impact éventuel sur l'existence de la PME à l'international et son aptitude à accroître son activité géographiquement.

Ces facteurs seront regroupés en trois grandes catégories de facteurs : des facteurs liés au dirigeant, des facteurs liés aux spécificités internes de la PME et enfin des facteurs liés à l'environnement externe de la PME⁴⁶.

I. Les facteurs liés au dirigeant

Le mode de gestion de la PME est fortement centralisé en la personne du dirigeant-proprétaire qui occupe une position centrale prépondérante et constitue l'un des principaux facteurs internes à prendre en considération.

Age du dirigeant :

L'âge du dirigeant a un rapport significatif avec le fait que certaines PME exportent ou n'exportent pas. Cette relation indique que de plus jeunes dirigeants tendent à être plus ouverts à l'internationalisation que les dirigeants plus âgés⁴⁷.

Formation de scolarité

Le niveau de scolarité est essentiel pour les dirigeants qui veulent réussir dans les exportations de leur entreprise. En effet les dirigeants plus instruits sont plus ouverts aux affaires internationales. Donc, le niveau de scolarité atteint par le dirigeant est donc suggéré comme facteur affectant positivement la propension d'une PME à exportée.

⁴⁵ DELACOLETTE Jean « Les contrats de commerce internationaux » ; Ed de Boeck, Bruxelles, 1996, P120.

⁴⁶ Rahmani Yamina, « les déterminants des petites moyennes entreprises exportatrices en Algérie : cas de l'ouest Algérie », 2018 , thèse de doctorat, université d'Oran2 P.62

⁴⁷ Idem, P.64

La maîtrise des langues étrangères

Concernant le niveau de éducations et l'expérience dans le milieu des affaires en général du dirigeant, indiquent qu'un dirigeant avec un niveau scolaire élevé dont une bonne maîtrise des langues étrangères sont des facteurs de succès à l'exportation.

Perception des opportunités et de menaces

Plus le dirigeant a de l'expérience à l'international, meilleure est sa compréhension de l'environnement des marchés étrangers, ce qui peut aider à identifier les opportunités et éviter plus facilement les menace⁴⁸.

II. Les facteurs liés à la PME

Plusieurs études sont intéressées aux caractéristiques de l'entreprise dans le succès à l'exportation, les recherches se sont concentrés de manières particulière sur la taille et l'âge de la firme, l'expérience et les compétences l'international et les capacités de le entreprises ainsi que l'orientation de marché.

La taille de l'entreprise

Plus que l'entreprise est grande, plus elle est susceptible d'exporter et donc que sa réussite à l'exportation est associée à sa capacité de dépasser une taille et de ressembler au modèle d'affaire des grandes firmes en effet, la taille peut se mesurer soit par l'importance du chiffre d'affaires, soit par le nombre d'employés dans l'entreprise.⁴⁹

l'âge de l'entreprise

L'âge de la firme sur la réussite à l'exportation, l'âge fait généralement référence au nombre d'années d'expérience de l'entreprise sur le marché domestique et étranger, cette expérience aurait un impact significatif sur le succès à l'export, mais les résultats divergent quant à son effet positif ou négatif, donc plus que entreprise est âgée, plus elle accumule de l'expérience et des connaissances sur ces marchés qu'elle est en mesure de mieux appréhender, ce qui lui permet de surmonter plus facilement les difficultés, au contraire⁵⁰.

⁴⁸ Idem, P.59

⁴⁹ GWENDOLINE MARION, « les facteurs de succès des PME exportatrices vers les pays émergents », l'université du Québec, aout 2015, page 64.

⁵⁰ Ibid. P. 65.

Le secteur d'activité

Le secteur d'activité, qui est défini comme regroupement des entreprises de fabrication, de commerce ou de service qui ont la même activité principale. Donc, ce dernier a un impact sur la décision d'exportation, en effet les secteurs d'activités sont plus ouverts aux marchés internationaux que d'autre⁵¹.

La capacité excédentaire de l'entreprise

les capacités excédentaires d'une entreprise peuvent être un facteur déterminant de sa décision d'exporter, celles-ci sont les déterminants qui ont été démontrés dès les premières études, l'une des ces capacités est la production excédentaire considéré comme un facteur clé, cependant qu'il faut que souligner que « les capacités excédentaires ne sont pas uniquement reliées à la production , elles concernent toutes les ressources de l'entreprise ».ces ressources peuvent être définies comme un stock de facteurs disponibles détenu ou contrôle par une entreprise, elle peuvent être physiques, financières , humaines ou immatérielles.⁵²

Le niveau de la technologie

L'utilisation technologies ou des systèmes de production fortement automatisés constituent un avantage technologique pour les PME qui permet a l'entreprises, de compenser un déficit de ressources humaines qui pourrait réduire leur flexibilité et nuire à leurs capacités de fournir une réponse rapide aux besoins des clients.⁵³

L'importance de l'innovation

L'innovation constitue un puissant moteur de compétitivité qui pousse les PME à l'exportation, cette dernière est à la fois un déterminant du succès et une conséquence de l'internationalisation.⁵⁴

Les réseaux de l'entreprise

De nombreux auteurs soulignent l'importance des réseaux dans la réussite de développement international des entreprises et notamment de celle des PME.

⁵² Ibid. P. 69.

⁵³ RAHMANI YAMINA, loc, cite P.70.

⁵⁴ Idem P. page 71.

Selon GENELOT (1992), est une « formes souple de communication entre des personnes ou des groupes, permettant de mettre en œuvre, de façon coordonnée, des actions en divers endroits et à divers moments, avec une adaptation souple au terrain. »

Selon JULIEN(2005), il existe trois types de réseaux : les réseaux personnels, ce sont des relations émotives axées sur la confiance, les réseaux d'affaire ou de transactions qui intervenants aussi bien en amont qu'en aval et enfin les réseaux informationnels qui sont des autres sources de nouvelles informations.⁵⁵

III. les facteurs environnementaux

Les caractéristiques de l'environnement, analysées sous l'angle de la complexité (liée au nombre et à la diversité des éléments pris en compte), de la stabilité (basée sur l'idée de répétition), sont souvent considérées comme des facteurs d'influence⁵⁶.

L'étroitesse du marché national

L'étroitesse du marché local constitue souvent l'un des principaux facteurs désagréables poussant les entreprises, en particulier les PME à appréhender les marchés internationaux. En effet, l'exportation s'impose comme un moyen pour la PME d'augmenter ses parts de marché lorsque le marché domestique est saturé⁵⁷.

Accompagnement des autorités :

Les gouvernements qui ont le souhait de développer leurs échanges commerciaux doivent mettre avant tout sur le plus grand engagement des entreprises pour relever le défi de l'exportation. Il est tout de même important pour les gouvernements de promouvoir le soutien à l'exportation, afin de stimuler davantage les exportations par rapport aux importations. A cet effet, les gouvernements mettent en place des actions incitatives⁵⁸.

La proximité psychique :

Les PME semblent préférer les marchés étrangers présentant une faible distance psychique, dont les caractéristiques sont identiques ou proches de celles de son marché local. La distance psychique entre le pays d'origine et le pays d'accueil est définie comme

⁵⁵ Idem P. 72.

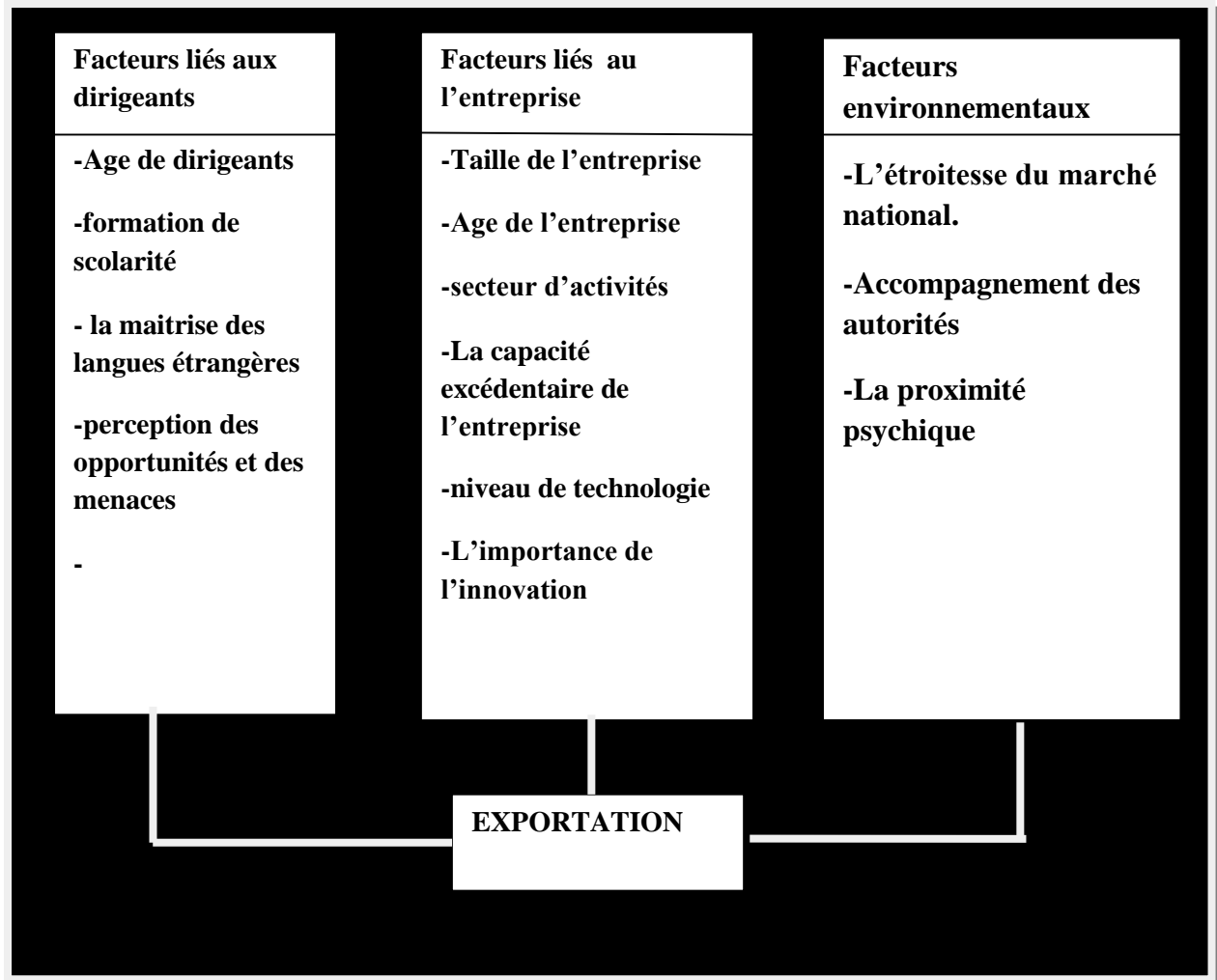
⁵⁶ FA-NKAM JEAN-MARCELLIN « les déterminants de la planification à l'exportation PMI », S.D, P.4

⁵⁷ RAHMANI YAMINA loc, cit P.176

⁵⁸ Ibid. P176

l'ensemble des différences culturelles et linguistiques ayant une influence sur la circulation de l'information et la prise de décision dans les transactions internationale⁵⁹

Figure N°I.4 : les déterminants qui influencent la décision d'exportation des PME



Source : établi par nous même à partir des travaux sur l'internationalisation des PME

⁵⁹ Ibid. p.177

Conclusion

Le cadre conceptuel de la PME se contraste entre l'approche qualitative qui traduit la valeur socio-économique de la PME et la quantitative qui s'intéresse aux critères mesurables de cette dernière sans traduction de sa situation économique réelle. En effet chaque pays a une définition spécifique de la PME en tenant compte du chiffre d'affaire, l'effectif et la taille mais ces derniers ne se considèrent pas comme des mesures standards et universelles.

La centralisation de la gestion, la proximité de l'entreprise, la décomposition fonctionnelle ainsi que l'influence de l'environnement et le système d'information et de communication sont les principaux critères qui caractérisent les PME d'une manière générale. Concernant leur classification, elle se fait selon leurs activités principales, la taille ainsi que leur impact économique.

L'exportation est l'une des formes d'internationalisation, elle permet à la PME d'aller au-delà de son siège économique national, elle prend trois formes principales : l'exportation direct, indirect et concentrée ou associé ; cette dernière est un processus qui exige de faire une analyse précise par la PME pour bien maîtriser cette dernière. En effet exporté ou pas dans une PME dépend essentiellement des facteurs liés au dirigeant, ceux qui sont liés à l'entreprise elle-même, et d'autres qui sont liés à l'environnement de cette dernière.

Chapitre 02

Profil de la PME en Algérie

Introduction

Le maillage des petites et moyennes entreprises (PME) reste encore très faible en Algérie et loin des standards internationaux. Actuellement, le pays compte à peine un million de PME en activité recensées à travers tout le territoire, selon des statistiques fournies, jeudi à Alger, par un responsable du ministère de l'Industrie et des Mines. «Nous enregistrons une nette évolution de la création des PME avec une moyenne de plus de 50 000 unités par an⁶⁰.

L'objectif de ce chapitre est de cerner en premier lieu, le concept de la PME en Algérie, puis nous tenterons de présenter ces caractéristiques et son importance dans le tissu économique local. En deuxième lieu, L'évolution des PME Algériennes, on ce termine dans la troisième section par une étude comparative entre les PME Algériennes, turque ET allemand.

⁶⁰Tiré de site <https://www.elwatan.com/edition/economie/entreprises-les-tares-et-les-insuffisances-de-la-pme-12-01-2019> consulté le 20/09/2020.

Section 01 : la PME en Algérie, définition et caractéristique

La PME Algériennes comme dans autre pays a ses propres spécificités qui le caractérisent des autres PME du monde a partir de cette section nous allons montrer la définition apportée à la PME en Algérie, on désigne en suite ses caractéristiques, ainsi que le rôle joué dans le développement de l'économie nationale.

I. définition de la PME en Algérie

La définition des PME est adoptée par l'UE en 1996⁶¹. Elle est reprise par la loi n° 1-18 du 27 ramadhan 1422 portant loi d'orientation sur la promotion de la petite et moyenne entreprise et qui définit la PME algérienne quel que soit son statut Juridique comme une entreprise de production de biens et de services, employant entre 1 à 250 personnes à plein temps pendant une année, dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas quatre (2) milliards de DA ou dont le total bilan n'excède pas un milliard (500) de DA, et qui respecte le critère d'indépendance.⁶²

Au titre de la présente loi :

A- Personnes employées : le nombre de personnes correspond au nombre d'unités de travail -année (UTA), c'est-à-dire au nombre de salariés employés à temps plein pendant une année Le travail partiel ou le travail saisonnier étant des fractions d'Unité de Travail-Année

L'année à prendre en considération est celle du dernier exercice comptable clôturé.

B- pour la détermination du chiffre d'affaires ou pour le total du bilan : afférents au dernier exercice clôturé de douze mois.

C- Entreprise indépendante : l'entreprise dont le capital n'est pas détenue à 25% et plus par une ou plusieurs autres entreprises ne correspondant pas à la définition de la PME.

⁶¹Projet de rapport : pour une politique de développement de la PME en Algérie. C N E S, Alger, 2002, pp.14-15.

⁶²JOURNAL OFFICIEL DE LA REPUBLIQUE ALGERIENNE N° 77, le 15/12/2001, Chapitre II, Article04.consulter le 14/09/2020.

Trois types de PME sont définis par la loi⁶³:

- **La moyenne entreprise** : est définie comme une entreprise employant de cinquante (50) à deux cent cinquante (250) personnes et dont le chiffre d'affaires annuel est compris entre quatre cent (400) millions de dinars algériens et quatre (4) milliards de dinars algériens ou dont le total du bilan annuel est compris entre deux cent (200) millions de dinars algériens et un (1) milliard de dinars algériens.

- **La petite entreprise** : est définie comme une entreprise employant de dix (10) à quarante-neuf (49) personnes et dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas quatre cent (400) millions de dinars algériens, ou dont le total du bilan annuel n'excède pas deux cent (200) millions de dinars algériens.

- **La très petite entreprise « TPE »** : est définie comme une entreprise employant de un (1) à neuf (9) personnes et réalisant un chiffre d'affaires annuel inférieur à quarante (40) millions de dinars algériens, ou dont le total du bilan annuel n'excède pas vingt (20) millions de dinars algériens.

C'est à partir de cette définition globale que des catégories intermédiaires d'entreprise Ce sont tirées, comme le retrace le tableau qui suit :

Tableau N° II.1: la typologie de la PME en Algérie.

| Catégorie d'entreprise | Effectifs | Chiffre d'affaires DA | Bilan annuel DA |
|-------------------------------|------------------|-----------------------------------|-----------------------------|
| Très Petite Entreprise | 1-9 | < 20 millions | < 10 millions |
| Petite entreprise | 10-49 | < 200 millions | < 100 millions |
| Moyenne entreprise | 50-250 | 200 millions à 2 milliards | (100 à 500) millions |

Source : loi d'orientation sur la promotion de la PME, décembre 2001

II. Les caractéristiques des PME algériennes⁶⁴

A la lumière de quelques recherches, nous pouvons mettre en évidence quelques Caractéristiques et singularité des PME algérienne qui sont le produit de la triple décennie D'économie socialiste, et qu'on peut résumer dans les points suivants :

⁶³ Articles N° (05 et 06 ,07), JOURNAL OFFICIEL DE LA REPUBLIQUE ALGERIENNE N° 77, le 15/12/2001.

⁶⁴MELBOUCI Leila, « les PME Algériennes : un essai d'analyse par les ressources », revue des sciences Humaines, université Mohamed Khider Biskra N° 08, juin 2005, P55.

- ✓ Elles sont de création récente ;
 - ✓ Elles sont plutôt concentrées dans des niches ou des créneaux que le secteur public a délaissé, ce qui leur a donné des positions confortables du monopole, elles sont de ce fait rentière et peu génératrice d'innovation ;
 - ✓ Elles sont plutôt familiales et peu encline à l'ouverture du capital aux tiers et aux firmes multinationales (FMI) ;
 - ✓ Une partie de leurs activités se pratique dans l'informel (financement, production, Commercialisation ...) ;
 - ✓ Leur marché est principalement local et national, très rarement international ;
 - ✓ Les techniques de croissance (cession, fusion, regroupement...) ne sont ni maîtrisées,
- Ni utilisées ;
- ✓ La collaboration entre entrepreneurs et les autorités publiques n'est pas assez développée ;
 - ✓ Une forte concentration des PME dans des secteurs à faible intensité technologique
- Telle que le bâtiment, les travaux publics, le commerce et le transport.

III. Les contraintes de développement des PME en Algérie

Les PME en Algérie sont soumises à des déférentes contraintes, pour bien apprécier le poids et la sévérité de chaque contrainte, nous examinerons dans ce qui suit :

Les contraintes découlant des activités informelles dites souterraines.⁶⁵

Les activités informelles dans la vie Économique, sociale et politique des pays en voie de développement(Algérie) est un phénomène Incontestable.

Le secteur informel appelé aussi économie souterraine, renvoi à La sphère économique où les unités de production exercent hors des circuits économiques et Financiers formels, dans la clandestinité, sans remplir les procédures légales de création (Registre de commerce) et / ou de fonctionnement et d'exploitation (déclaration des impôts),Les entreprises qui exercent en clandestinité, en dehors de toute législation, portent un Grand préjudice aux unités économiques légalement créés, parce qu'en échappant Complètement au fisc et ne supportant aucune charge sociale, elles leurs livrent une concurrence déloyale, qui pénalise l'ensemble de l'économie algérienne et ses opérateurs. De nos jours, l'environnement

⁶⁵MALDONADO Carlos, « l'économie informelle en Afrique francophone : structure dynamique et politique », Bureau international de travail, Genève, 2001, P425.

socioéconomique de la PME algérienne reste prédominée par le secteur informel, ses manifestations sont diverses et concernent plusieurs domaines, à savoir :

- La non-déclaration ou la sous-déclaration des ressources humaines, financières et même techniques et/ou technologiques ;
- La fraude fiscale ;
- La pratique de la non-facturation, la sous-facturation et de la surfacturation ;
- La concurrence déloyale des importateurs qui réussissent à contourner les barrières Tarifaires.

Les contraintes financières⁶⁶

Les contraintes financières l'un des principaux obstacles qui bloquent le développement des PME algériennes, le rapport des actes et des assises nationales de la PME du ministère de la PME et de l'artisanat (janvier 2004) qui résume les difficultés financières que rencontrent les PME algériennes comme suit :

- L'appui des banques est inadéquat aux besoins de financement des PME ; les procédures d'octroi de crédit sont lourdes et non adaptées aux nouvelles données économiques (les banques n'ayant pas encore achevé leurs transformations aux nouvelles exigences du marché libre ;
- Le coût du crédit est élevé, les garanties exigées par les banquiers sont excessives et les délais de traitement des demandes de crédit et des opérations sont trop longs ;
- L'inefficacité de la réglementation des changes ;
- L'absence de la notion de la prise de risque partagée chez les institutions de financement ;
- Un système de fiscalité ordinaire lourd, qui n'a pas une vision stratégique de Développement, ni une parafiscalité qui encourage l'emploi.

Les contraintes liées au foncier industriel⁶⁷

Les contraintes liées au foncier industriel est l'une des causes principales du recul de nombreux projets et des intentions d'investissement, le manque de transparence dans le traitement des dossiers présente un obstacle sérieux pour la promotion des investissements, Les procédures d'accès au foncier sont lourdes et très longues, la situation est plus critique pour les petites entreprises par des immobilisations financières

⁶⁶ KOURICHI Yousef, « les PME en Algérie : états des lieux, contraintes et perspective », université KASDI Merbah Ouargla- Algérie, Revue N°4, 2013, P19.

⁶⁷ Idem .p.20.

importantes pour l'acquisition des équipements nécessaires à l'exercice de leurs activités d'exploitation et d'investissement.

En d'autre terme, l'accès au foncier industriel est très difficile, en termes de disponibilité, de démarches administratives, de prix et de modalités de paiement, de régulation... . A l'inaccessibilité des terrains, il faut ajouter l'ambiguïté du statut juridique des assiettes foncières, dans la mesure où la plupart des investisseurs installés ne possèdent pas d'actes légaux de propriété authentiques, malgré les efforts des autorités publiques, avec la création du guichet unique CALPI, la problématique de la multiplication des intervenants n'a pas été réglée, et son rôle s'est avéré essentiellement d'ordre administratif entre les divers institutions : CALPI, ANDI, administration des domaines, assemblées populaires communales, agence foncière et autres organismes.

Les contraintes d'information⁶⁸

La réalité de l'économie algérienne est caractérisée par un manque flagrant en matière de disponibilité de l'information, Un déficit d'information fiable et actualisé, à caractère économique, financier et commercial, est à souligner :

- Une absence de banques de données statistiques et d'un système d'informations national;
- Un manque de données et des études de marché (national, régional et local);
- Des difficultés d'accès aux sources d'informations spécialisées et à Internet qui est jusque-là peu utilisée dans le monde des affaires (80 % des PME algériennes n'ont pas accès à Internet);
- Une indisponibilité de données et d'orientations sur les opportunités d'investissements;
- Et enfin un manque d'informations sur la concurrence et les pratiques des opérateurs économiques, Face à toutes ces lacunes, il nous semble qu'il est impératif pour l'émergence du secteur privé et le développement des PME, de mettre en place un système efficace de collecte, d'analyse et de diffusion des informations économiques..

Les contraintes d'ordre administratif et judiciaire

La complexité des démarches administratives est l'un des problèmes les plus rencontrés

Par les PME algériennes au cours de chaque étape du processus de leur développement (Création, expansion...). Les chefs d'entreprises sont confrontés quotidiennement à une

⁶⁸ MADOUÏ (M), BOUKRIF (M), « De l'économie administrée à l'économie de marché », les PME à l'épreuve de la mise à niveau des entreprises en Algérie, communication au Colloque International, INRPME-AUF-AIREPME, 27 au 29 mai 2009, Canada.

Situation qui découle du manque de transparence dans le traitement des dossiers, de la lourdeur des procédures administratives, du non engagement des institutions concernées, du Manque de coordination et de connexion entre les divers organismes impliqués, de l'absence de structures d'accueil et d'encadrement, Pour créer une entreprise en Algérie, la banque mondiale (2009) a inventé pas moins de 14 procédures incontournables, dont un bon nombre sont jugées encombrantes et inutile, pour ce qui concerne l'organe juridictionnel algérien, qui est composé de jurisprudence civile, pénale, commerciale et administrative, il est doté de codes et règles de procédures adaptées.

Les contraintes relatives au marché de travail

En Algérie, le marché de travail est encore instable et sujet à tous les dépassements

Possibles. Les contraintes qu'il subit sont multiples. On peut citer les plus importantes :

- Le manque accru des experts en management, des gestionnaires des techniciens qualifiés..... ;
- L'existence de fortes contraintes dans la gestion des ressources humaines (la Gestion des contrats, des procédures....) ;
- L'inexistence d'instituts de formation spécialisés et la faiblesse de la qualité Des programmes assurés ;
- L'inadaptation des formations dispensées par les universités avec les besoins Réels des entreprises et en matière des techniques modernes de management, gestion et De marketing ;
- Et enfin, les difficultés de la pratique des langues étrangères chez la plupart des nouveaux diplômés⁶⁹.

Section 02 : La PME et leur place dans le développement de l'économie Algérienne

Dans une économie en voie de développement comme celle de l'Algérie, la PME occupe certainement une place de grande importance vue sa participation efficace à la promotion de dimension sociale et du développement économique.

I. La dynamique des PME en Algérie

En termes de densité et poids des PME dans le tissu économique, nous pouvons utiliser le critère du nombre et son évolution dans le temps, la création d'emplois, la

⁶⁹ Karim si LEKHAL « les PME en Algérie :Etat des lieux, contraintes et perspectives », 2013, P.42

création de richesses, pour pouvoir analyser le poids des PME dans le tissu économique. Les données que nous avons pu réunir, se concentrent sur la décennie 2000, correspondant à la période d'après la promulgation de la loi spécifique relative à la PME, cela nous permettra d'apprécier l'effet sur la dynamique de la PME.

L'évolution des PME en Algérie durant la période 2001-2011

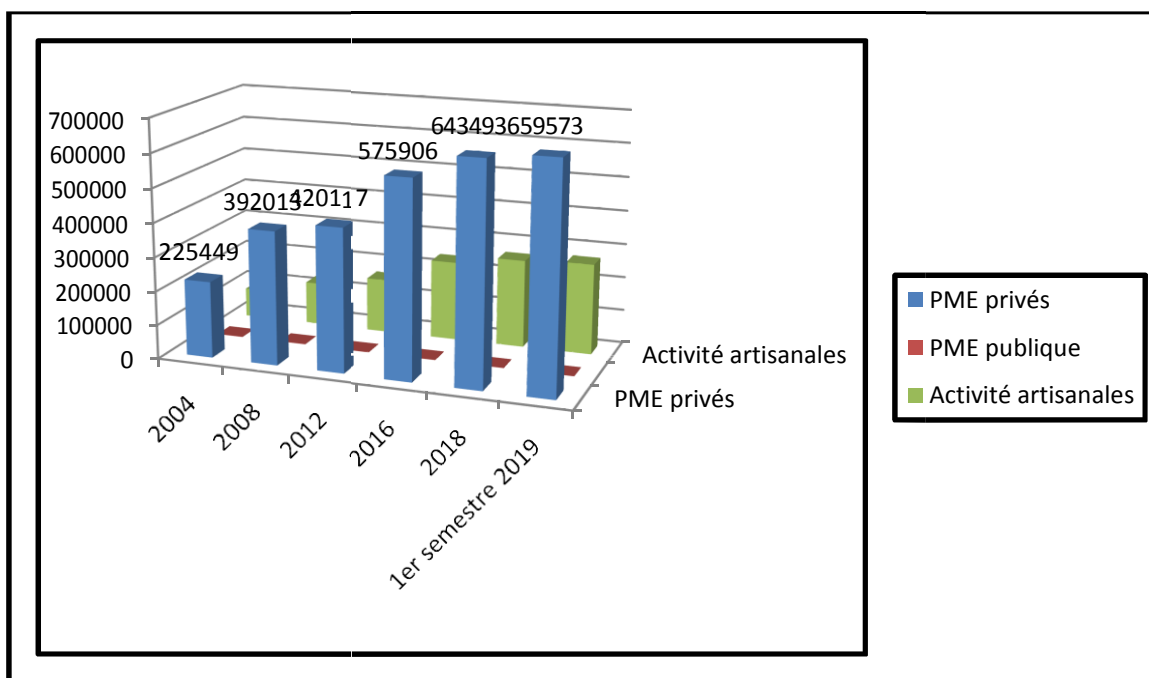
D'après ce tableau, nous constatons que les PME privées occupent une place importante dans le développement économique du pays durant cette période, elles représentent plus 56% de l'ensemble de la population des PME en 1^{er} semestre 2019

Tableau N°II.2 L'évolution de la population des PME en Algérie durant la période [2014-1^{er} semestre 2019]

| Nature | 2004 | 2008 | 2012 | 2016 | 2018 | 1^{er} semestre 2019 |
|---------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---|
| PME privés | 225449 | 392013 | 420117 | 575906 | 643493 | 659573 |
| PME Publiques | 778 | 626 | 557 | 390 | 261 | 244 |
| Activité artisanales | 86732 | 126887 | 160764 | 235422 | 260652 | 268369 |
| Total | 312959 | 519526 | 581438 | 811718 | 904406 | 928186 |

Source : construit à partir des données de bulletin d'information de ministère des PME

Figure N°II.5 L'évolution de la population des PME en Algérie durant la période [2014-1^{re} semestre 2019]



Source : Réalisé à partir des données du tableau N°II.2

L'examen du tableau N°II.2, nous permet de constater que, le nombre des PME privées a évolué positivement durant cette période, témoignant de la prédominance de cette forme d'entreprises au sein de l'économie dans la plupart des secteurs. Cette évolution est principalement liée aux mesures de facilitation et d'incitation introduites dans la loi N° 01 du 12-12-2001, relative à l'orientation des PME, et de manière générale, le mouvement de l'économie et d'encouragement de l'investissement à travers la création des divers dispositifs d'aide à la création d'entreprises, mais aussi, à la dissolution de quelques entreprises publiques qui se sont transformées en PME privées. Sur la période de 2004 d'exemple, la population des PME a augmenté d'un nombre de 225 449 à 659 573 privées, soit un taux d'augmentation de 192,56%

I.2. Répartition des PME privées par secteur d'activité

La répartition des PME privées (personnes morales du 659 573 PME qui représentant 56% du total) entre les différents secteurs d'activités économiques se présente comme suit :

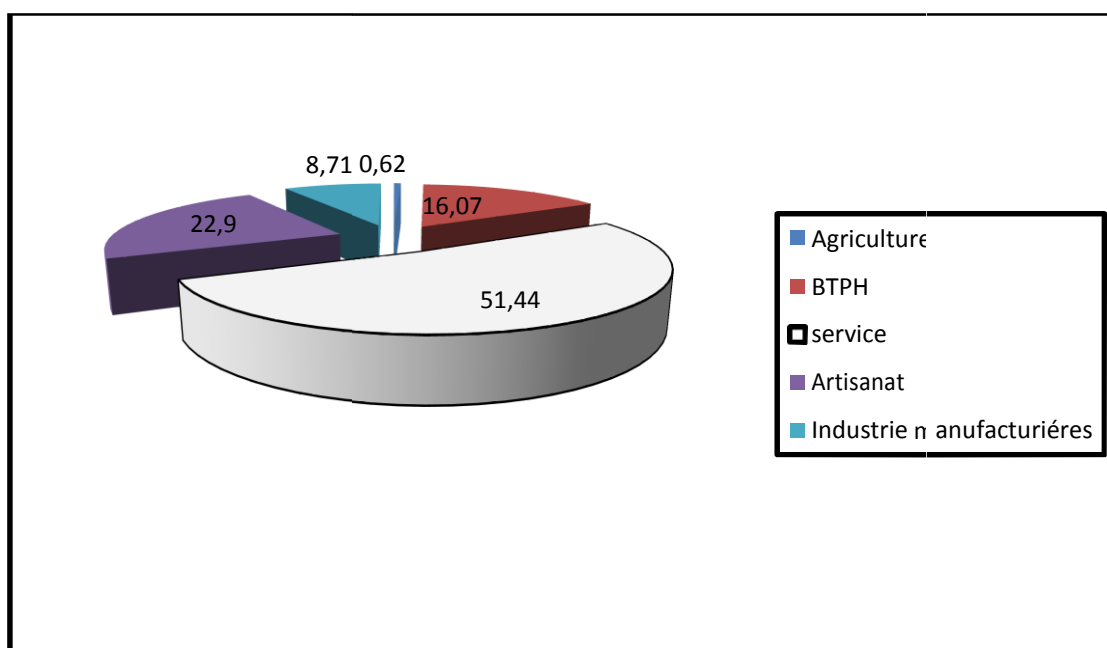
Tableau N°II.3 : Répartition des PME privée par secteur d'activités (année 1^{er} semestre 2019)

| | Secteurs d'Activité | Nombre | Part en (%) |
|-----|--|---------|-------------|
| I | Agriculture | 7275 | 0,62 |
| II | Hydrocarbures, Energie, Mines et services liés | 3032 | 0,26 |
| III | BTPH | 188275 | 16,07 |
| IV | Industries manufacturières | 102055 | 8,71 |
| V | Services y compris les professions libérales | 602695 | 51,44 |
| VI | Artisanat | 268369 | 22,90 |
| | Total Général | 1171701 | 100,00 |

Source : bulletin d'information statistique des PME N°35 année 2019

Le nombre des PME privée à la fin de 1^{er} semestre 2019 est de 1 171 701. Elles sont concentrées au niveau de secteur des services (le transport en particulier) avec un taux de 51,44%, suivi par du secteur artisanat avec un taux de 22,50%. En suite avec le secteur PTBH de 16,07%

Figure II.6 Répartition des PME privée par secteur d'activités (année 1^{er} semestre 2019)



Source : Réalisé à partir des données de tableau N°II.3

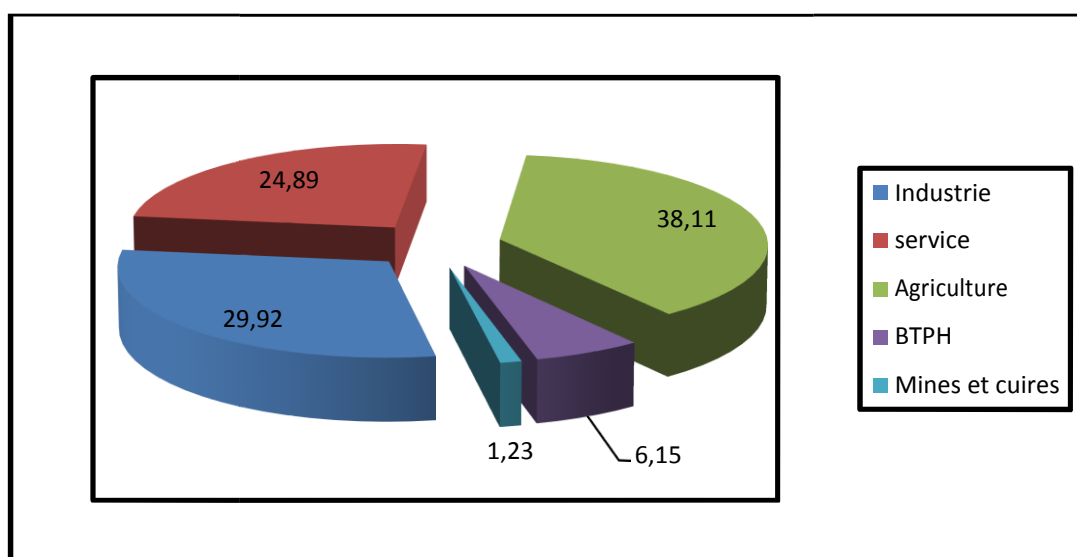
I.3 Répartition des PME publiques par secteur d'activités

Tableau N°II.4 : Répartition des PME publiques par secteur d'activités (année 1^{er} semestre 2019)

| Secteur d'activité | Nombre globale | % |
|-----------------------|----------------|------------|
| Industrie | 73 | 29,92 |
| Service | 60 | 24,59 |
| Agriculture | 93 | 38,11 |
| BTPH | 15 | 6,15 |
| Mines et Carrières | 3 | 1,23 |
| Total | 244 | 100 |

Source : Réalisé à partir des données de bulletin d'information statistique N°35

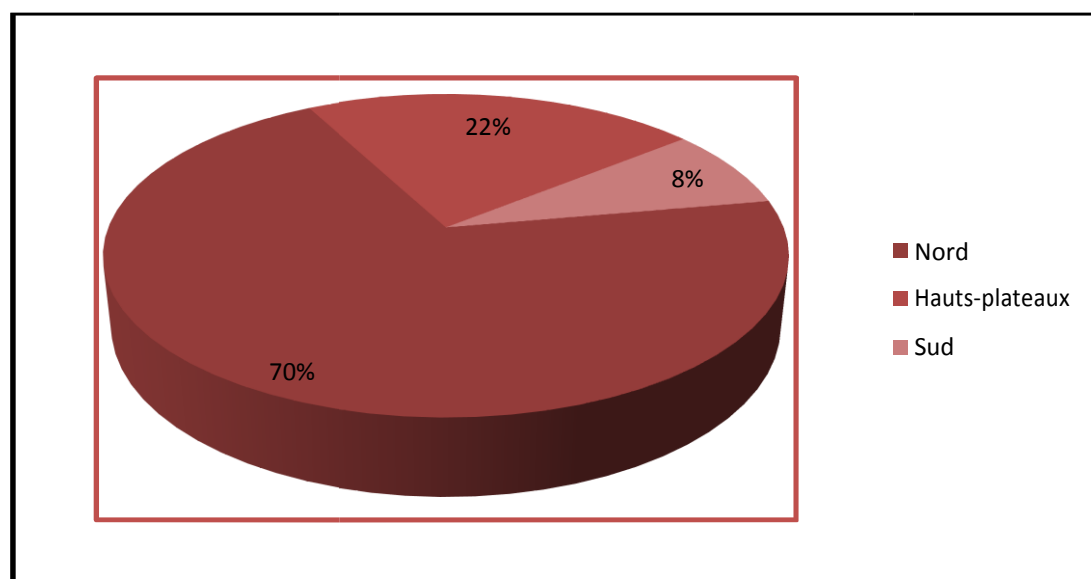
Les PME publiques représentent une part minime dans la population globale des PME. Leur nombre est de 244 PME durant le 1^{er} semestre 2019 contre 262 durant le premier semestre 2018 soit un recul de 6,87%. Ces PME exercent tous les secteurs d'activités de l'économie nationale. On observe du tableau ci dessus l'émergence du secteur de l'agriculture avec 38,11% des PME, suivi du secteur de L'industrie 29,92 ensuite le secteur des secteurs 24,59%

Figure N°II.7 Répartition des PME publiques par secteur d'activités (année 1^{er} semestre 2019)

Source : réaliser à partir de tableau N°II.4

I.4. répartition des PME privée par région

Figure N°II.8 : représentation des PME privée Algériennes par région en 1^{er} semestre 2019



Source : conception personnelle à partir des données de bulletin d'information et statistique de la PME N° 35 ,1^{er} semestre 2019

Selon la distribution par grandes régions, le Nord concentre l'écrasante majorité de PME comparativement au Sud du pays. Dans la région Nord, le Centre abrite la part la plus importante des PME, les wilayas concernées se trouvant du reste dans le groupe des 12 les mieux loties en matière de démographie des PME. La région de Nord regroupe, à cet égard, 459 146 PME, soit 70% des PME du pays. Suivie par la région des Hauts -Plateaux avec 144 836 PME (22%), alors que la région du Sud et du Grand Sud accueille 55 591 PME (8% du total).

II. Contribution de la PME à la création de l'emploi

En plus de leur contribution directe à la création de la richesse nationale, les PME contribuent à la résolution du problème de la demande croissante de l'emploi, grâce au grand nombre de ces entreprises ainsi qu'à leur disposition dans différentes régions du pays. Des statistiques plus détaillées sur la contribution des PME à la création d'emploi sont mentionnées dans le tableau et le graphique suivants.

**Tableau N°II.5 : Evolution de la contribution de la PME à la création de l'emploi
[2005 – 1^{er} semestre 2019]**

| Nature de PME | | 2005 | 2008 | 2012 | 2016 | 2018 | 1 ^{er} semestre 2019 |
|---------------|------------|--------|---------|---------|---------|---------|-------------------------------------|
| PME privée | Salarié | 642987 | 841060 | 1089467 | 1489443 | 1594614 | 1626080 |
| | Employeurs | 245842 | 392013 | 711275 | 1022231 | 1107453 | 1171701 |
| Total | | 888829 | 1233073 | 1800742 | 251674 | 2702067 | 2797781 |
| PME publique | | 76283 | 52786 | 473775 | 29024 | 22197 | 20955 |
| Total | | 965112 | 1285859 | 1848117 | 2540698 | 2724264 | 2818736 |

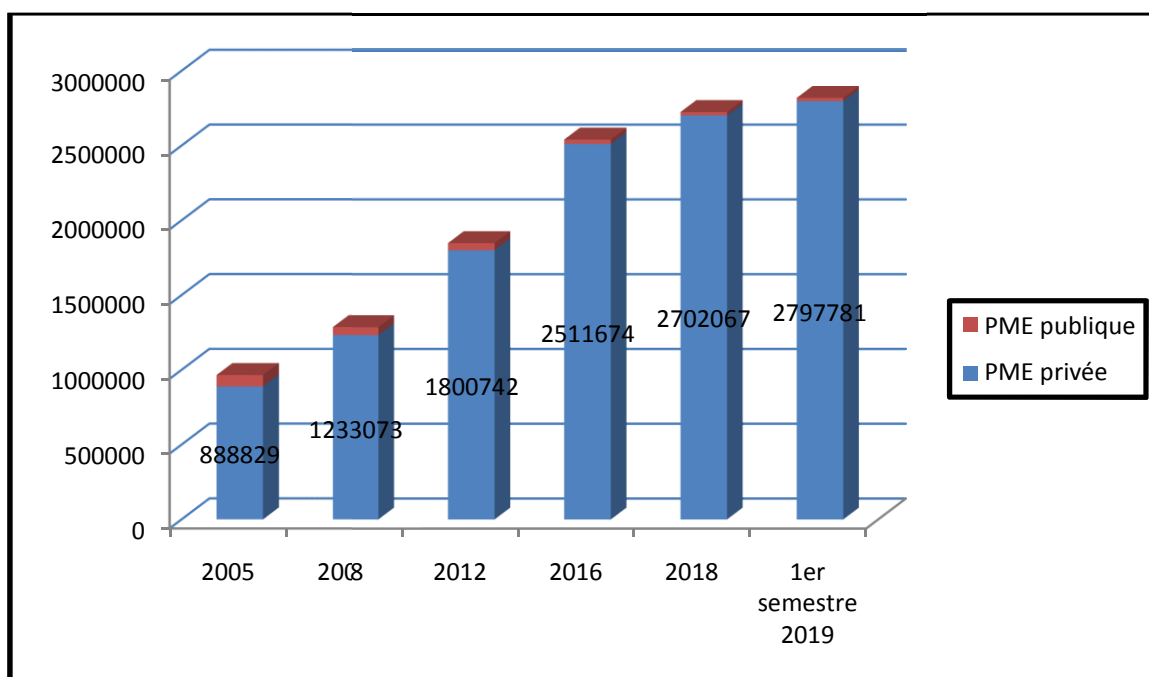
Source : le tableau établi à partir des données des bulletins d'information statistiques du ministère de la PME (période 2005-1^{er} semestre 2019)

Le nombre des PME créées a absorbé une partie considérable du chômage important existant dans le pays depuis plus d'une décennie. Les statistiques confirment cette réalité, en 1^{er} semestre 2019 et selon le ministère de la PME et de l'artisanat, le nombre de salariés déclarés à la CNAS, employés par les petites et moyennes entreprises, est de 2818736 en S1/2019.

En termes d'emploi et toujours avec la prise en compte des personnes exerçant dans la profession libérales assimilées aux PME privées, comparativement aux PME publiques.

Les PME privées apparaissent comme plus créatrices d'emplois que les PME publiques. A titres d'exemple, sur la période 2005- S1 2019 le nombre d'emplois créent par les PME privées inclusion faite de ses différentes composantes contribuant ainsi à la création d'emplois à hauteur de 3,54% Contrairement au secteur public qui a enregistré tout au long de la période (2018- S1/2019) une particulière diminution de 5,6%, due en premier lieu à la privatisation dictée par la loi de l'économie de marché.

Figure N°II.9: Evolution de la contribution de la PME à la création de l’emploi [2006 – 1^{er} semestre 2019]



Source : établi à partir des données de tableaux N°II.6

III. L’évolution du PIB hors hydrocarbures en Algérie durant la période 2004-2015

Tableaux N°II.6.L’évolution de PIB hors hydrocarbures en Algérie durant la période 2004-2015

| Année | 2004 | | 2008 | | 2012 | | 2015 | |
|----------|---------|------|---------|-------|---------|-------|---------|-------|
| | V | % | V | % | V | % | V | % |
| Publique | 598,65 | 21,8 | 760,92 | 17,55 | 793,38 | 12,01 | 889,87 | 9,54 |
| Privée | 2146,75 | 78,2 | 3574,07 | 82,45 | 5813,02 | 87,99 | 8432,20 | 90,46 |
| Total | 27454, | 100 | 4334,99 | 100 | 6060,4 | 100 | 9322,07 | 100 |

Source ; à partir des données de bulletin d’information statistique des PME N°06 jusqu’au N°29

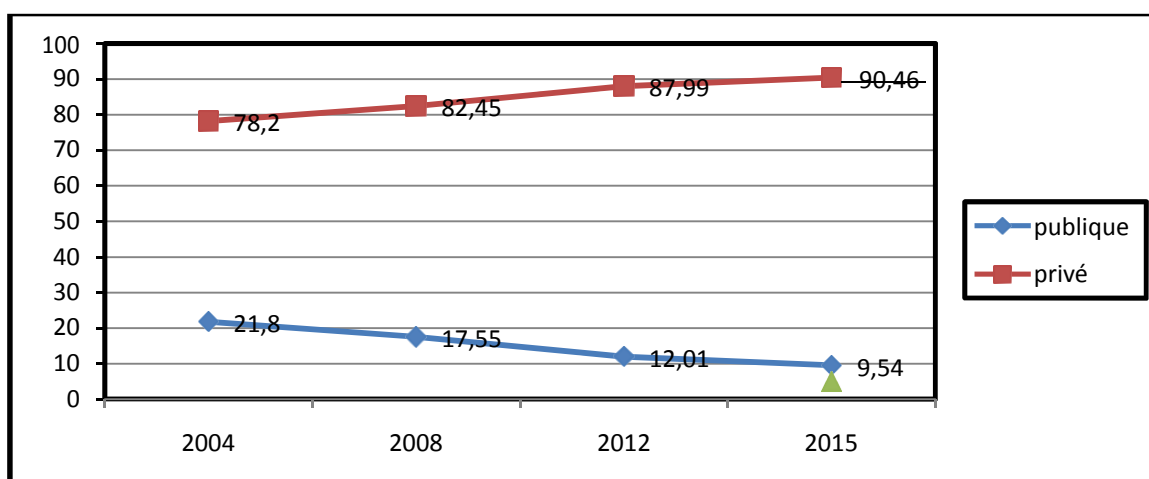
A partir des ces statistiques on note :

- L’évolution de PIB d’une période a l’autre durant toute la période de l’étude.
- Le PIB du secteur privé a connu une évolution très importante

- Le secteur privé a une grande part dans le total du PIB, cette part croit annuellement jusqu'à quelle a atteint un taux de 90,46% du total en 2015, après qu'elle était 78,20% en 2004
- La part de secteur public est comme moyenne ou même faible, 9,54% du total de PIB en 2015 alors qu'elle était 21,80% en 2004.

Ces résultats montrent l'importance du secteur privé dans la contribution au PIB HH en Algérie, ce qui oblige l'Etat à faire plus d'efforts pour pousser les investissements privés à mieux exploiter et multiplier les projets.

Figure N°II.10 : L'évolution de PIB HH en Algérie [2004-2015]



Source : établi à partir des données de tableaux N°II.7

IV. Contribution des PME à la création de la valeur ajoutée

La valeur ajoutée se mesure par la différence des biens qu'elle vend et ce qu'elle a dû acheter pour produire ces ventes.

Tableaux N°II.7 Evolution de la contribution des PME à la création de la valeur ajoutée HH (200-S1/2019), 10⁹ DA

| Secteur d'activité | 2004 | 2008 | 2012 | 2016 | 2018 | S1/2019 |
|--------------------|--------|--------|---------|---------|--------|---------|
| Agriculture | 578,88 | 711,75 | 1421,69 | 2140,29 | 7068 | 7275 |
| BTP | 458,67 | 869,99 | 1411,15 | 1990,03 | 185121 | 188275 |
| Transport et | 503,87 | 863,57 | 1095,27 | 1796,97 | 58822 | 60140 |

| | | | | | | |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|---------------|----------------|
| Communication | | | | | | |
| Services fournis aux entreprises | 50,69 | 84,04 | 154,37 | 288,92 | 56718 | 58060 |
| Hôtellerie et Restauration | 62,64 | 91,18 | 138,94 | 240,39 | 37544 | 38556 |
| Industrie Agroalimentaire | 119,24 | 164,16 | 266,13 | 389,57 | 30590 | 31347 |
| Cuir et chaussure | 2,68 | 2,53 | 2,66 | 2 ,83 | _____ | _____ |
| Commerce et Distribution | 607,05 | 1003,2 | 1651,55 | 2341,23 | 132912 | 1371415 |
| Totale | 2383,72 | 3790,42 | 6141,76 | 9130,23 | 50877 | 520798 |

Source : établi à partir des bulletins d'information statistique des PME

D'après ce tableau N°I.9 nous constatons qu'il y a une croissance de la valeur ajoutée dans tous les secteurs, mais avec une forte croissance dans certains secteurs par rapport aux autres.

V. Contribution des PME à la distribution des revenus et à la relance de l'économie

A. Contribution à la distribution des revenus

La PME quelque soit sa taille, en créant de la valeur ajoutée et en distribuant ce sur plus sous des formes diverses aux autres agents économiques, remplit un rôle essentiel dans l'activité d'un pays. La valeur ajoutée servira à rémunérer les services, force de travail, capital, moyens financiers (salaires et dividendes), rémunérer les services rendus par les institutions financières, tels que le prêt (la rémunération consistera à verser des intérêts), et contribuer au fonctionnement des administrations en particulier publiques, en versant les impôts.

B. Contribution à la relance de l'économie

L'importance que revêt le secteur des PME, dans la relance économique et le développement futur de l'Algérie peut être mise en évidence par les facteurs suivants:

Premièrement, les PME peuvent jouer un rôle important dans le développement économique, grâce à leur capacité d'adopter les technologies qui se rapprochent le mieux des dotations du pays en ressources, et elles sont plus flexibles que les grandes entreprises.

Deuxièmement, les PME sont particulièrement utiles dans les régions vastes, faiblement dotées en infrastructures de communication et de transport. Les PME participent également, énormément dans la constitution du produit intérieur brut, et dans le développement et la promotion de la production nationale, par le moyen d'innovation et la créativité des jeunes entrepreneurs, comme elles contribuent fortement à la diminution des importations, et même à faire face à la concurrence accrue, sans oublier leur rôle primordial dans l'amortissement des chocs des crises économiques, cette capacité est souvent vérifiée et cela est dû certainement à leur capacité d'adaptation⁷⁰.

Section 03 : présentation de commerce extérieur et politique de soutien aux exportations hors hydrocarbures en Algérie

Cette présente section se propose de présenter et d'analyser l'évolution de la structure du commerce extérieur algérien ainsi que les différents politiques de soutien aux exportations hors hydrocarbures.

I. Aperçu historique sur le commerce extérieur en Algérie

Le commerce extérieur en Algérie a connu des changements important dicté par le monde de gestion de l'économie national. 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.

⁷⁰ SELLAMI, A, « Petite et moyenne industrie et développement économique », 1985, Ed. ENL, Alger, P.96

Cette période a connu une croissance exponentielle de l'exportation des hydrocarbures, qui occupe une place considérable aussi bien dans le produit intérieur brute (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 importées⁷¹. 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 fixant les conditions d'exportation et de réexportation des marchandises réalisées à partir du territoire douanier national.

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.⁷²

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)⁷³, ce programme à permis le rétablissement des équilibres macroéconomiques, l'amélioration des

⁷¹ 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.

⁷² Ministère du Commerce, « bilan des actions du secteur du commerce réalisées durant la période 1962-2012 », Mai 2012, P6.

⁷³ ROUANE R, « le marketing direct international au service des exportation algériennes hors hydrocarbure », achevé d'imprimer sur les presses ENG, Réghanaia, Algérie, 2010, p72.

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).⁷⁴

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.

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 et L'OMC., 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

⁷⁴DECALUWE-B, COCKBURN-J et VEZINA-S, étude sur le système d'incitation et de protection effective de la production en Algérie, in ADE 2001, P08.

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.

II. Evolution de la structure du commerce extérieur Algérie⁷⁵

La balance commerciale de l'Algérie demeure excédentaire 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 économique n'est pas tirée par des secteurs industriel, agricole et même tertiaire 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.

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

Nous allons dans ce qui suit, un bref aperçu sur l'évolution de commerce extérieur Algérien durant l'année 2010 jusqu'à 2018.

Tableau N°II.8: Evolution de commerce extérieur en Algérie 2010-2018

(En %)

| Libellés | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|---------------------|------|-------|-------|------|------|--------|-------|-------|------|
| Importations | 3.00 | 16.74 | -0.94 | 8.89 | 6.00 | -12.08 | -9.62 | -2.40 | 0.30 |

| | | | | | | | | | |
|-----------------------------|-------|-------|-------|--------|-------|--------|--------|-------|-------|
| Globale | | | | | | | | | |
| 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 |

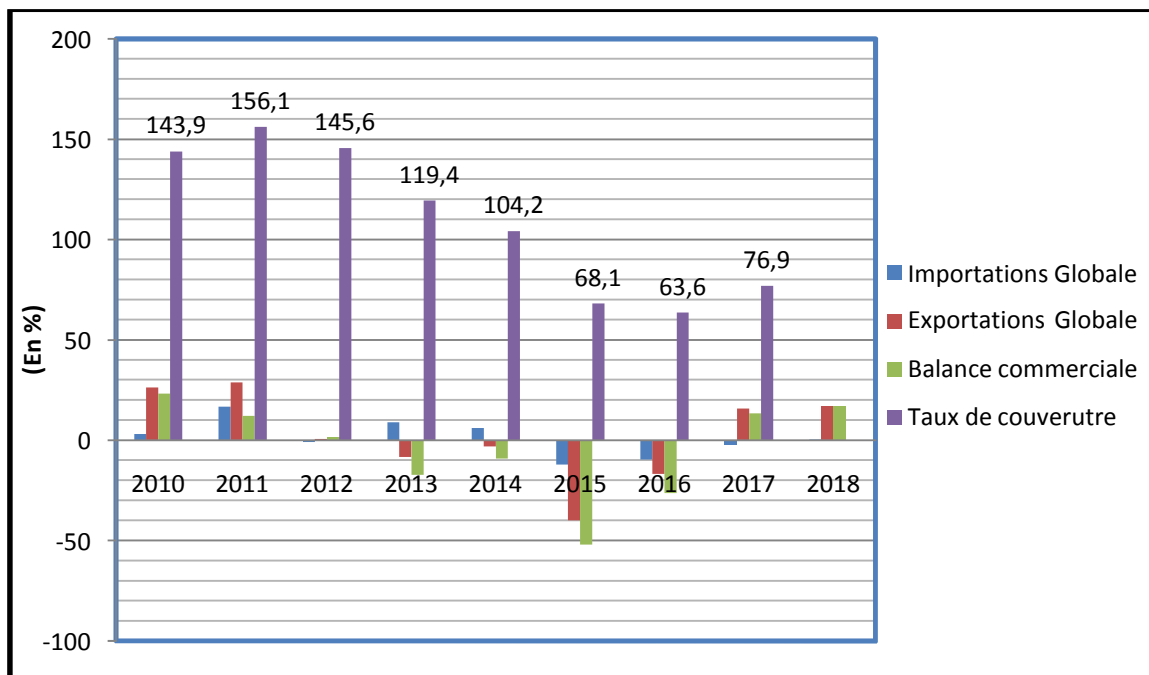
Source : Construction personnelle d’après les données de site : www.douane.gov.dz, Consulté le 08/10/2020.

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.

Figure N°II.11: Evolution de commerce extérieur en Algérie de 2010-2018



Source : Construction personnelle d’après les données de site : <https://www.douane.gov.dz> Consulté le 07/10/2020.

Pour les importations, a partir des années des années 2001 à 2018 en remarque une véritable explosion, cela s'explique, bien sur, par les recettes pétrolières a 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.

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 :

Tableau N°II.9 : 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 : <https://www.douane.gov.dz/>

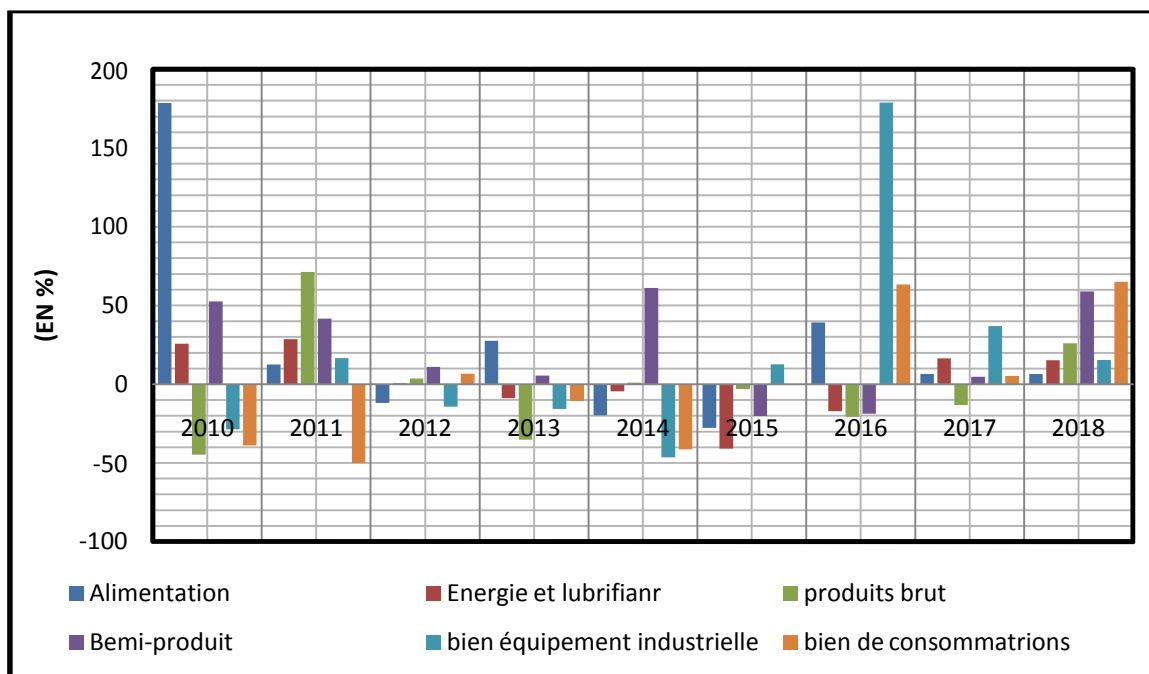
consulté le 07/10/2020

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, ont 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 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, 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%.

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 N°II.12 : Evolution des exportations hors hydrocarbures en Algérie



Source : Construction personnelle d'après les données de site : <https://www.douane.gov.dz/> Consulté le 07/10/2020.

Les principaux secteurs exportateurs et clients de l'Algérie

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

Les principaux produits hors hydrocarbures exportés de 2018 et 2019*

Ce tableau représente l'essentiel des produits hors hydrocarbures exportés à l'étranger durant la période de 2018 et 2019* :

Tableau N°II.10 : Les principaux produits hors hydrocarbures exportés 2018 et 2019*

Valeurs en Millions USD

| Principaux Produit | Année 2018 | | Année 2019* | | Evolution(%) |
|---|----------------|--------------|----------------|--------------|---------------|
| | Valeurs | Struc % | Valeurs | Struc % | |
| Engrais minéraux ou chimique azotes | 948.30 | 32.41 | 801.26 | 31.05 | 11.15 |
| Huiles et autres produits provenant de la distillation des goudrons | 661.51 | 22.61 | 502.28 | 19 | -24.07 |
| Ammoniacs anhydres | 459.51 | 15.71 | 298.59 | 11.57 | -35.02 |
| Sucre de canne ou de betterave | 233.29 | 7.57 | 260.17 | 10.08 | 11.52 |
| Dattes | 64.85 | 2.22 | 63.79 | 2.35 | -1.63 |
| Phosphate de calcium | 50.85 | 1.74 | 68.61 | 2.63 | --- |
| Hydrogène, gaz rares | 40.33 | 1.38 | 55.32 | 2.14 | 37.17 |
| Ciments | 25.16 | 0.86 | 60.68 | 2.35 | 41.19- |
| Berre en fer | 0.00 | 0.00 | 67.80 | 2.63 | --- |
| Produit laminées plats à chauds en fer | 33.65 | 1.25 | 55.32 | 2.14 | 37.17 |
| Sous Total | 2517.53 | 86.05 | 2206.61 | 85.52 | -11.35 |
| Autre | 408.03 | 13.95 | 373.77 | 14.48 | -8.40 |
| Total | 2925.56 | 100 | 2580.37 | 100 | -4.20 |

Source : construction personnelle d'après les données de site : <https://www.douane.gov.dz/s>

Consulté le 08/10/2020.

Les hydrocarbures ont représenté l’essentiel de nos exportations à l’étranger durant l’année 2019* avec une part **de 92.80%** du volume global des exportations, marqués par une baisse non négligeable de l’ordre de **14,48 %** par rapport à l’année 2018,

Les exportations «hors hydrocarbures», qui restent toujours marginales, avec seulement **7.20%** du volume global des exportations soit l’équivalent de 2,58% milliards de Dollars USD, ont enregistré une baisse **de 11.80%** par rapport à l’année 2018.

Les principaux produits hors hydrocarbures exportés durant l’année 2019 sont constitués essentiellement par le groupe « demi-produits » qui enregistre une valeur globale de 1,96 milliard USD, le groupe « biens alimentaires » vient en seconde position avec une valeur de 407,86 millions USD, suivi par le groupe « produits bruts » avec une valeur de 95,95 millions USD et enfin, les groupes « biens d’équipements industriels »,« biens de consommations non alimentaires » et « biens d’équipements agricoles » ayant enregistré les valeurs respectives de 82,97 millions USD, 36,42 millions USD et de 0,25 millions USD.

Les principaux clients de l’Algérie

Les produits algériens destinés à l’exportation sont demandé par plusieurs pays, le tableau suivant représente les principaux clients de l’Algérie durant l’année 2019

Tableau N°II.11 : Les principaux clients de l’Algérie en 2019⁷⁶
Valeurs en Million USD

| Principaux clients | Valeurs | Structure(%) | Evolution(%) |
|--------------------|---------|--------------|--------------|
| France | 5053.50 | 14.11 | 0.52 |
| Italie | 4621.53 | 12.90 | -23.43 |
| Espagne | 3995.38 | 11.15 | -21.20 |
| Grande Bretagne | 2299.73 | 6.42 | -15.78 |
| Turque | 2246.97 | 6.27 | -5.07 |
| Etats -unis | 2193.67 | 6.12 | -45.75 |
| Chine | 1639.95 | 4.58 | 28.38 |
| Inde | 1520.30 | 4.24 | 0.74 |
| Pays –Bas | 1504.29 | 4.20 | -29.39 |
| REP de Corée | 1350.30 | 3.84 | 11.21 |
| Tunisie | 1350.82 | 3.77 | 42.5 |

⁷⁶Rapport de la Direction Générale Des Douanes Algérienne sur le Commerce Extérieure, Année 2019, p.17.

| | | | |
|----------------------|----------|-------------|-------|
| Brésil | 1242.58 | 3.47 | -44. |
| Portugal | 8884.03 | 2.47 | 16.09 |
| Belgique | 8564.03 | 2.39 | 26.26 |
| Singapore | 575.27 | 1.61 | 45.76 |
| Sous Total | 31359.23 | 87.54 | |
| Reste du monde (128 | 446.31 | 12.46 | |
| Total général | 35 823,5 | 100% | |

Source : Construction personnelle d'après les données de la Douane Algérienne de site

Durant l'année 2019, les cinq premiers clients de l'Algérie représentent près de 50,85 % des exportations algériennes, comme repris dans le tableau N°II.12 ci-contre. A ce titre, la France est le principal client de l'Algérie avec une part de 14,11 %, suivie par l'Italie, l'Espagne, la Grande Bretagne et la Turquie avec des parts respectives de 12,90 %, 11,15 %, 6,42 % et de 6,27 %.

III. Les dispositifs d'aide à l'exportation hors hydrocarbures en Algérie

L'Algérie Comme tous les pays a mis en place plusieurs organismes publics dans le cadre de sa politique commerciale. Ces derniers ont non seulement pour objectifs la promotion du commerce extérieur algérien, mais aussi d'avoir une réelle politique de soutien aux exportations hors hydrocarbures.

A- Association Nationale des Exportateurs Algériens (ANEXAL) ⁷⁷

ANEXAL est créée le 10 juin 2001, c'est une association régie par la loi N°90/31 du 24/12/1990 ainsi que par ces statuts particuliers.

L'ANEXAL à pour objectif de :

- Rassembler et fédérer les exportateurs algériens
- Défendre leurs intérêts matériels et moraux
- Participer a la définition d'une stratégie de promotion des exportations→
- Assister, et sensibiliser les opérateurs économiques et promouvoir les recherches du partenariat à travers les réseaux d'information
- Animer les programmes formation aux techniques des exportations

⁷⁷ Tiré du site : www.exportateur-algerie.org. Consulté le 09/10/2020

- Organiser et participer aux salons spécifiques et manifestation économique en Algérie et à l'étranger
- Participer à la mise en place a la mise a niveau de l'outil de production en vu de développer la capacité d'exportation par notamment la recherche de meilleures solution logistique
- Promouvoir l'échange d'expérience entre les adhérents→

B- La Chambre Algérienne du commerce et d'industrie (CACI)⁷⁸

La CACI est crée par le décret exécutif N°89-147 de la 08/08/1989 portant création, organisation et fonctionnement de la chambre algérienne du commerce et d'industrie.

La CACI a pour objectif :

- Fournir aux pouvoir publics sur leurs demandes ou de sa propre initiation, 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 leurs points de vue sur les→ textes que lui soumettrait l'administration pour examen et avis ;
- Effectuer la synthèse des avis, recommandations et proposition adoptés par les chambres de commerce et d'industrie et de favoriser l'harmonisation de leurs programmes et de leurs moyens ;
- Réaliser tout action d'intérêt commun aux chambres de commerce et d'industrie et de susciter leurs initiatives ;
- Assurer la représentation de ses chambre aux prés des pouvoir publics et designer des présentations auprès des instances nationales de concertation et de consultation ;
- Entreprendre toute action visant la promotion et le développement des différents→ secteurs de l'économie national et leurs expansions notamment en direction des marchés extérieurs.

C- La Société Algérienne des Foires et Exportations (SAFEX)⁷⁹

La SAFEX est une entreprise publique issue de la transformation de l'objet social et de la dénomination de l'office national des foires et expositions (ONAFEX), crée en 1971.

Objectifs de la SAFEX -

⁷⁸ Tiré du site : www.caci.dz. Consulté le 10/10/2020

⁷⁹ Tiré du site : <http://www.safex-Algerie.dz>. Consulté le 10/10/2020.

Le siège de la SAFEX est sis dans l'enceinte du palais des expositions situé à 3km de l'aéroport international d'Alger et à 10km du centre-ville.

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

- L'organisation des foires, salon spécialisés et expositions, à caractère national, international, local et régional.
- L'organisation de la participation algérienne aux foires et exposition à l'étranger
- L'assistance aux operateurs économique en matière de commerce international, au moyen de :
 - L'information sur la réglementation du commerce international
 - Les opportunités d'affaires avec l'étranger
 - La mise en relation d'affaires Les procédures à l'exportation
 - L'édition de revue économiques et cataloguer commerciaux
 - Organisation de rencontres professionnelles séminaires et conférences
 - Gestion et exploitation des infrastructures et structures du palais des expositions.

D- La Compagnie Algérienne d'assurance et de garantie des exportations (CAGEX)⁸⁰ :

La CAGEX est régie entre autres par l'article N°4 de l'ordonnance 96/06 du 10 janvier 1996 qui stipule que l'assurance crédit à l'exportation est confiée à une société chargée d'assurer pour son propre compte est sous le contrôle de l'Etat, les risques commerciaux et le compte de l'Etat est sous son contrôle, les risques politiques, les risques de non transfert et les risques de catastrophes naturelles.

1- La forme juridique :

La CAGEX est une société par action dotée d'un capital social de 2 000 000 000 Da répartie à parts égales entre les actionnaires (banques et assurances).

Tableau N°II.12 : les actionnaires de la CAGEX

⁸⁰ Tiré du site : www.cagex.dz. Consulté le 10/10/2020.

| Banques | Compagnies d'assurances |
|--|---|
| BADR (Banque de l'Agriculture et du Développement Rural) | CAAR (Compagnie Algérienne d'Assurance et de Réassurance) |
| BEA (Banque Extérieure Algérienne) | CAAT (compagnie Algérienne des assurances) |
| BDL (Banque de Développement Local) | CCR (Compagnie centrale de réassurance) |
| BNA (Banque National Algérien) | CNMA (caisse national de mutualité agricole) |
| CPA (Crédit populaire Algérien) | SAA (société national d'assurance) |

2- La CAGEX a pour missions de :

- Assurance crédit export (couvre des risques nés de l'exportation) ;
- Assurance crédit domestique (crédit inter entreprise, crédit a la consommation) ;
- Assurance « foire » ; Vente d'informations économiques et financières ;
- Recouvrement de créances ; Coassurance et réassurance.

E- Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX)⁸¹

ALGEX est crée par le décret exécutif N°4-174 du 12/06/04. C'est un établissement public sous la tutelle du ministère du commerce institué pour remplacer l'office de promotion des exportations PROMEX qui est crée par le décret exécutif N°96-234 du 1/10/1996 et dont les missions se limitaient à l'information commerciale et le au conseil ainsi qu'apporter le soutien aux entreprises à tous les stades de leurs démarche internationale.

Le Fonds Spécial pour la Promotion des Exportations (FSPE)

Le Fonds Spécial Pour la Promotion des Exportations (FSPE) a été institué par la loi de finances pour 1996. Il est destiné à apporter un soutien financier aux exportateurs dans leurs actions de promotion et de placement de leurs produits sur les marchés extérieurs⁸². Le FSPE prend en charge de différentes dépenses qui sont⁸³ :

- Au titre de participation aux foires et expositions à l'étranger : Le taux de remboursement varie entre 35 % dans le cas d'une participation individuelle et 65% dans le cas d'une participation aux foires inscrites au programme officiel.

⁸¹ Tiré du site [http:// www.Algex.dz](http://www.Algex.dz). Consulté le 30/09/2018.

⁸² www.mincommerce.gov.dz consulté le 10 /10/2020.

⁸³ Tiré du journal officiel des missions du FSPE

- Au titre de la participation aux foires, expositions et salons spécialisés à l'étranger :
 - 80% des frais engagés pour la participation aux foires et expositions inscrites au programme officiel de la participation de l'Algérie ;
 - 100% des frais engagés pour une participation revêtant un caractère exceptionnel suite à une décision politique ou se limitant à la mise en place d'un guichet unique ;
 - 50% des frais engagés dans le cadre d'une participation individuelle aux autres foires ne figurant pas au programme annuel officiel.
- Au titre des surcoûts à l'exportation : Celle-ci couvre une partie des coûts de transit, manutention, et du transport intérieur et international à un taux de 25% pour toutes les destinations ; et un taux 50% pour tous les produits agricoles. Notamment : Le coût du transport routier sur le territoire national n'est pris en considération que pour les trajets effectués sur les distances supérieures à 150 kilomètres à raison de 05 DA/tonne/km.

Conclusion

Tout au long de ce chapitre, nous avons constaté que les PME dont la définition se fonde sur un ensemble de critères très variés, occupent une place de plus en plus importante dans l'économie algérienne, elles constituent l'élément essentiel qui contribue à la croissance, l'emploi et la richesse.

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 03 : Les PME exportatrice en Algérie :
cas de wilaya de Bejaia***

Introduction

Section 01 : la Monographie des PME de la wilaya de Bejaïa

Dans cette section, nous présenterons d'abord, pour les PME qui activent dans la wilaya de Bejaïa, l'évolution de la population et d'emploi pour les cinq dernières années (2016-2019). Nous présenterons ensuite la répartition géographique de ces entreprises, leur secteur d'activité, ainsi que leur infrastructure.

I. Evolution des PME privés et de l'emploi dans la wilaya de Bejaïa

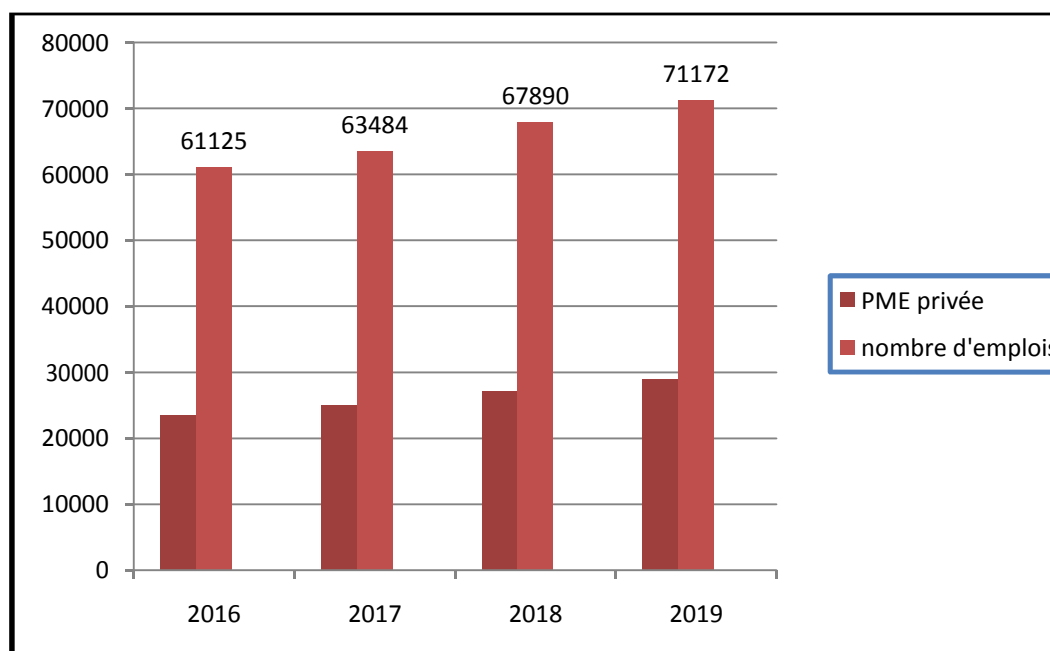
Selon les données statistiques recueillies auprès du service entrepris de la wilaya de Bejaïa, nous avons reconstruit l'évolution des PME privées de 2016 à 2019 dans le tableau suivant N°III 9 :

Tableau III.13: l'évolution des PME privée et de l'emploi dans la wilaya de Bejaia

| | Année 2016 | Année 2017 | Evolution | Année 2018 | Evolution | Année 2019 | Evolution |
|------------------------|------------|------------|---------------|------------|---------------|------------|---------------|
| Nombre de PME | 23 472 | 25 036 | 1564 6,66% | 27 203 | 2167 8,65% | 28 842 | 1639 6.02% |
| Nombre d'emploi | 61 129 | 63 484 | 2355 3,85% | 67 890 | 4406 6,94% | 71 172 | 3282 4.83% |

Source : document récupérer au niveau de la wilaya de Bejaia

Figure N°III.13 : l'évolution des PME privée et de l'emploi dans la wilaya de Bejaia



Source : établi à partir des données de tableau N°III.9

Chapitre 03 : les PME en Algérie cas de wilaya de Bejaia

La population des PME privées ne cesse d'augmenter, en passant de 23 472 PME en 2016 à 25 036 en 2017, soit une évolution de 6.66%. De 2018 à 2019, elles sont passées de 27 203 PME à 28 842 PME, soit une évolution de 6.02%.

Cette augmentation de la population des PME a engendré une augmentation de l'emploi créé. En effet, de 61 129 emplois sont déclarés en 2016, on est passé à 71 172 emplois en 2019, soit une évolution de 16.39% en espace de 4 ans.

II. Implantation territoriale de la PME privée :

Compte tenu de l'aspect géographique de la région, presque la moitié de la population de la PME privée se concentre le long du couloir de développement de la vallée de la Soummam, structuré par la RN26, la RN12 et la RN9.

A ce niveau, la Daïra de Bejaia arrive en pôle position avec un taux de 31,29%, suivi de loin par la Daïra D'AKBOU avec un taux de 9,50 % puis de la Daïra de TAZMALT et D'ELKSEUR, respectivement avec un taux de 4,57 % et 4,50⁸⁴

III. les principaux secteurs d'activité économique

Le tableau suivant présente la répartition des PME privées par secteurs d'activité

Tableau N°III.14: Répartition des PME privées par secteur d'activité

| N° | Secteurs d'activités | Nombre de PME | % | Nombre d'emplois | % |
|--------------|--|---------------|------------|------------------|------------|
| 01 | Bâtiments et travaux publics | 6574 | 22,79 | 19538 | 27,45 |
| 02 | Commerces | 5981 | 20,74 | 9915 | 13,93 |
| 03 | Transport et communication | 4798 | 16,64 | 6853 | 9,63 |
| 04 | Services fournis aux entreprises | 2540 | 8,81 | 10071 | 14,15 |
| 05 | Service fournis aux ménages | 2511 | 8,71 | 4264 | 5,99 |
| 06 | Industrie du bois, liège, papier, imprimerie | 1284 | 4,45 | 2418 | 3,40 |
| 07 | Hôtellerie et restauration | 1267 | 4,39 | 3271 | 4,60 |
| 08 | Industries agroalimentaires | 981 | 3,40 | 3665 | 5,15 |
| 09 | Autre | 2 906 | 10,08 | 11 177 | 15,70 |
| TOTAL | | 28 842 | 100 | 71172 | 100 |

Source : document récupéré au niveau de la wilaya de Bejaïa, département des PME

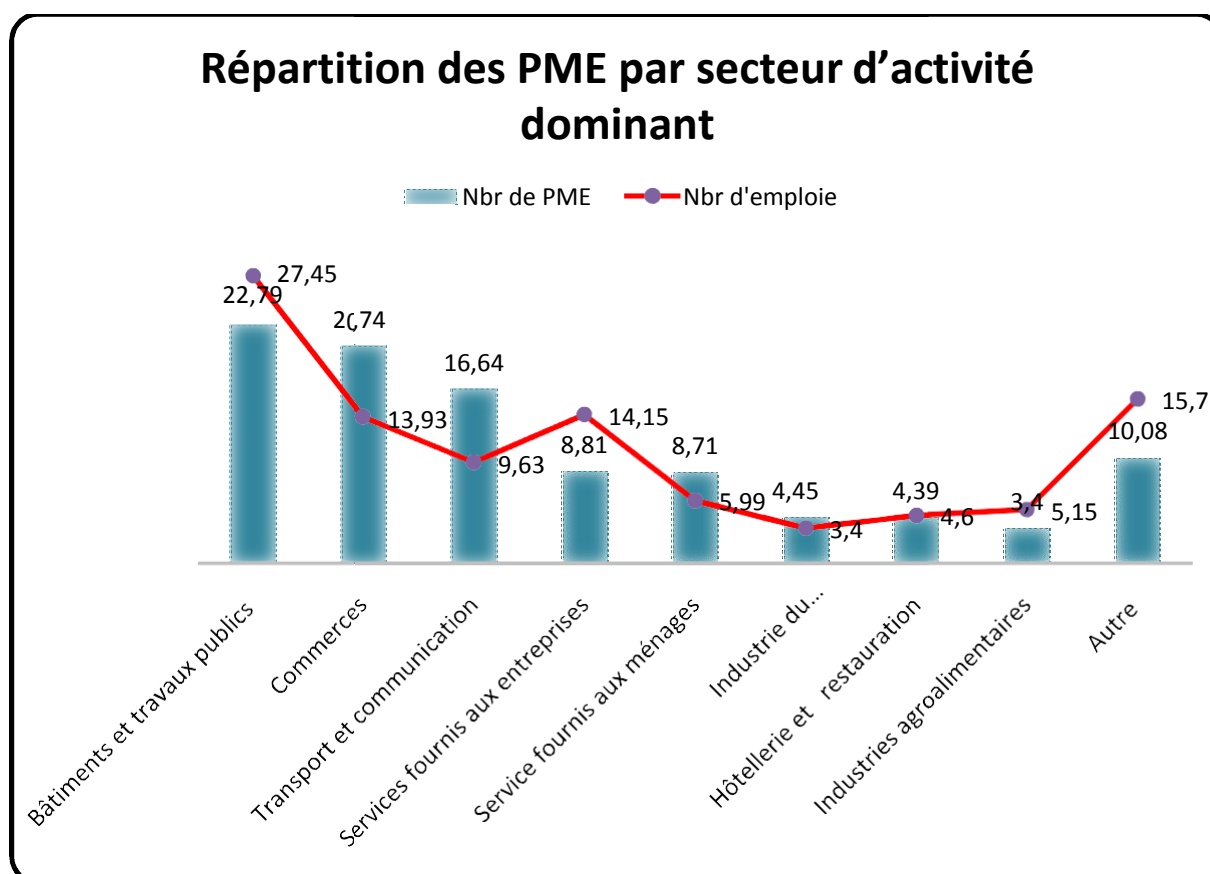
⁸⁴ Document récupéré au niveau de la direction de la wilaya de Bejaia, direction de l'industrie et mines

Chapitre 03 : les PME en Algérie cas de wilaya de Bejaia

On note à cet égard, que les secteurs ou la création d'entreprise a été la plus forte le BTPH (27.45 % en un an), en suite autre secteurs avec (15.70%) et ceux des services fournis aux entreprises avec (14,15%).

On remarque que le secteur le plus important en termes de population de PME pour l'année 2019 est le secteur de BTP avec 6574 PME. Par la suite on trouve le secteur de commerce avec 5981 PME puis on trouve le secteur de transport et communication 4798 PME. Quant au secteur agriculture et pêche, il occupe la 6^{ème} place avec 981 PME.

Figure N°.III.14. Répartition des PME privées par secteurs d'activités



Source : établi à partir des données de tableau N°.III.10

IV. Mouvements des PME privées par tranches d'effectif

Chapitre 03 : les PME en Algérie cas de wilaya de Bejaia

Tableau N°III.15: Mouvements des PME privées par tranches d'effectif

| Secteurs d'activités | TPE de 1 à 9 salariés | PE de 10 à 49 salariés | PME de 50 à 250 salariés | Nombre total de PME privées |
|----------------------|-----------------------|------------------------|--------------------------|-----------------------------|
| Services | 17057 | 417 | 58 | 17 532 |
| BTPH | 6211 | 308 | 55 | 6 574 |
| Industrie | 3954 | 163 | 41 | 4 158 |
| Agriculture et pêche | 508 | 69 | 1 | 574 |
| Total | 27 730 | 957 | 155 | 28842 |

Source : document récupérer au niveau de la direction de l'industrie et mines wilaya de Bejaia S

Quant à la concentration de PME par tranche d'effectif dans la wilaya de Bejaïa, comme le révèle le tableau N°III.11 ci-dessus, ce sont les toutes très petites entreprises qui viennent en première position avec 27 730 PME, suivi des petites entreprises avec 957, Puis des moyennes entreprises avec 155 PME.

Section 02 : étude comparative entre les PME Algérienne et les PME Allemand et les PME française

Pour cette section, nous allons présenter quelques exemples de quelques PME ayant réussi à l'international, puis nous allons étudier les déterminants de leur réussite, et enfin, nous allons comparer entre les facteurs de leur réussite

I. Définition de la PME en Algérie

La PME en Algérie adopté par l'union européenne. En effet, la définition de la PME est inspirée par l'article 4 de la loi 01-18 du 12 décembre 2001 portant la loi de la promotion de la PME: « la PME est définie, quel que soit son statut juridique comme étant un entreprise de production de bien et/ ou de service employant de 1 à 250 personnes, dont le chiffre d'affaire annuel n'excède pas 2 milliards de dinars ou dans le total du bilan annuel n'excède pas 500millions de dinars et qui respecte les critères d'indépendance ».⁸⁵

Les caractéristiques de la PME en Algérie⁸⁶

A la lumière de quelques recherches, nous pouvons mettre en évidence quelques Caractéristiques et singularité des PME algérienne qui sont le produit de la triple décennie D'économie socialiste, et qu'on peut résumer dans les points suivants :

⁸⁵ Article 04 de la loi N° 01-18 du 12 décembre 2001, *portant loi d'orientation sur la Promotion de la PME.*

⁸⁶ MELBOUCI Leila, « les PME Algériennes : un essai d'analyse par les ressources », revue des sciences Humaines, université Mohamed Khider Biskra N° 08, juin 2005, P55

Chapitre 03 : les PME en Algérie cas de wilaya de Bejaia

- ✓ elles sont de création récente ;
- ✓ elles sont plutôt concentrées dans des niches ou des créneaux que le secteur public a délaissé, ce qui leur a donné des positions confortables du monopole, elles sont de ce fait rentière et peu génératrice d'innovation ;
- ✓ elles sont plutôt familiales et peu encline à l'ouverture du capital aux tiers et aux firmes multinationales (FMI) ;
- ✓ une partie de leurs activités se pratique dans l'informel (financement, production, Commercialisation ...) ;
- ✓ leur marché est principalement local et national, très rarement international ;
- ✓ les techniques de croissance (cession, fusion, regroupement...) ne sont ni maîtrisées,
Ni utilisées ;
- ✓ la collaboration entre entrepreneurs et les autorités publiques n'est pas assez développée ;
- ✓ une forte concentration des PME dans des secteurs à faible intensité technologique telle que le bâtiment, les travaux publics, le commerce et le transport ...

II. La définition de la PME en Allemand

Les PME sont souvent considérées comme la colonne vertébrale de l'économie allemande, ⁸⁷ ces dernières années, l'économie allemande a connu une croissance dynamique, les petites et moyennes entreprises et leurs effectifs ont largement contribué à ce succès, qui a valu au « GERMAN MITTELSTAND »⁸⁸, un dense tissu de petites et moyennes entreprises, un regain d'intérêt de la part de l'étranger il existe en Allemagne une définition formelle des petites et moyennes entreprises permettant leur recensement statistique et la fixation des conditions de leur promotion, en Allemagne, selon la définition établie par l'Institut de recherche sur les PME IFM) de bon, toutes les entreprises dont le chiffre d'affaires annuel est inférieure à 50 Millions d'euros et qui occupent moins de 500 personnes sont des PME⁸⁹,

⁸⁷ BOURGEOIS I, LASSERRE R. (2007), « Les PME allemandes : acteurs de la mondialisation ». Article 83/ <https://rea.revues.org/585>

⁸⁸ Petites et moyennes entreprises, un regain d'intérêt de la part de l'étranger Contribué à ce succès, qui a valu au « GERMAN MITTELSTAND2 », un dense tissu de Petites et moyennes entreprises, un regain d'intérêt de la part de l'étranger

⁸⁹ Idem.

Chapitre 03 : les PME en Algérie cas de wilaya de Bejaia

en 2016 l'économie allemande compte 3,62 millions de PME, elles représentent 99,3% du parc d'entreprises et 60,9% des emplois,⁹⁰ d'une façon générale les PME sont la base de l'économie allemande, 98% des entreprises allemandes exportatrices sont des PME.

II. Les caractéristiques de la PME en Allemand⁹¹

Ces PME ne sont pas seulement exportatrices, puisqu'elles pratiquent aussi d'autres formes d'internationalisation ;

-succursales et/ou participations au capital de sociétés étrangères et/ou investissements directs à l'étranger ;

-quelques PME recourent à toutes les formes possibles d'ouverture au marché mondial.

-PME allemandes ne se limitent pas à l'exportation ;

-en effet, le savoir-faire de L'Allemagne en matière d'exportation ne s'explique pas seulement par la bonne spécialisation géographique et sectorielle de ses entreprises ;

-son succès s'appuie Aussi en grande partie sur le dynamisme et la créativité de ces petites et moyennes en entreprise ;

III. Les PME français

Est considérée comme PME toute entreprise employant entre 0 et 350 salariés, ce n'est pas une question de taille, mais c'est une question d'organisation principalement lié au capital de l'entreprise. Dans ce pays, la définition de la PME est cette entreprise dans laquelle le dirigeant opérationnel et aussi le propriétaire principal (patron, dirigeant, chef d'entreprise, entrepreneur)⁹².

Les caractéristiques de la PME en françaises⁹³

Les PME Françaises ; ont des caractéristiques qui les rendent différentes des Autres ; on peut souligner comme caractéristiques distinctives principales :

- ✓ le passage plus facile vers la grande entreprise ;
- ✓ les fonctions sont souvent moins définies (prégnance de la polyvalence) ;
- ✓ moins de possibilités d'évolution interne ; elle est néanmoins plus ouverte vers des postes hiérarchiques que fonctionnels ;
- ✓ l'évolution suit souvent une ligne plus opportuniste que rationnelle ;

⁹⁰ <https://www.afecreation.fr/cid142497/> consulter le 16/10/2020.

⁹¹ L'étude de la Fédération allemande de l'industrie (BDI) Mittelstandspanel, 2005 www.bdi-online.de&oq

⁹² Le décret n° 2008-1354 du 18 décembre 2008

⁹³ Ibid. .page5.

- ✓ les moyens matériels et financiers sont souvent plus restreints, il y est privilégié l'adaptabilité, l'initiative et le système «D» dans un cadre souple ;
- ✓ le recrutement, on donne la priorité au personnel expérimenté, immédiatement opérationnel. ;
- ✓ la fidélisation des collaborateurs, donnant des garanties que les agents restent dans l'entreprise sans avoir en contre partie les avantages de la mobilité
- ✓ les employeurs et collaborateurs sont plus facilement accessibles, (Communication directe et informelle, ambiance plus familiale, mais parfois entachée d'aspects plus personnels, y compris dans les relations) ;

IV. Les déterminants de la réussite

Ces déterminants remplacent selon les situations historiques et organisationnelles et institutionnelles et juridiques des pays de positionnement

Les déterminants de la réussite des PME en Algérie⁹⁴

A la enquête faite par étudiants de spécialité finance et commerce international de wilaya de Bejaia, qui intitule le thème «**Déterminants de succès à l'exportation Cas quelques PME exportatrices de la wilaya de Bejaia** » réaliser par Mr : LATRECHE Nasser-Eddine et Mr : LAINCEUR Mokhtar , on distingue trois factures importants qui influence la décision d'exportation chez les PME Algériennes

A-L'âge d'entreprise

L'hypothèse selon laquelle pour exporter il faut atteindre un âge suffisamment avancé pour bénéficier de l'expérience et de l'apprentissage n'est pas vérifiée dans le cas des PME de notre échantillon, ceci conforte le postulat de la théorie de l'internationalisation précoce selon laquelle l'entreprise peut exporter dès leur naissance.

B- La politique d'innovation

Les PME adoptent une politique d'innovation afin d'offrir des produits distinctifs, selon cette hypothèse nous remarquons que les PME de notre échantillon ont réalisé des différents type d'innovation, (7/12) réalisent une innovation de produit, (6/12) dans la commercialisation et (5/12) dans de procédés de production. Ainsi que certaines de ces PME 5/12 disposent d'un service de service de recherche et développement, alors

⁹⁴ Mr : LATRECHE Nasser-Eddine Mr : LAINCEUR Mokhtar « Déterminants de succès à l'exportation cas : quelques PME exportatrices de la wilaya de Bejaia » université de Bejaia ,2014/2015. P. P. 80.81
<https://www.google.com/search?q>

l'innovation et un facteur essentiel pour demeurer compétitifs sur la scène internationale, d'après les résultats de notre enquête en déduit que l'innovation est un facteur déterminant à l'exportation, c'est un facteur essentielle pour demeurer compétitifs sur la scène internationale, et pour garder la survie de la PME.

C- Les dirigeants

Enfin, la discision d'exportation dépend de certaines qualités qui doivent maitriser par le propriétaire/dirigeant à savoir : expérience à l'étranger, compétence en langues étrangères, attitude vers l'exportation, participation à des réseaux de contact, selon les réponses retenues chez les propriétaires dirigeant, nous observons que la majorité des propriétaires ont une attitude favorable à l'exportation, ainsi que une vision d'exporter dans le futur, concernant les langues étrangers, tous s'accordent pour reconnaître que la connaissance de l'anglais, français demeure obligatoire pour gérer les opérations du commerce extérieure, celle-ci considérée comme facteur de correspondance et d'échange des informations entre eux, quant au facteur participation à des réseaux d'appui ou contact, 6/12 qui participent à des réseaux de contact dense, les caractéristiques des propriétaires citée ci-dessous agissent positivement sur l'exportation,

Les déterminants de la réussite des PME Allemand

Au départ de simples PME faisant partie du Mittelstand allemand sont devenues par la suite des leaders mondiaux dans leur domaine, tout en défendant un caractère familial et une gestion autonome, c'est à dire en n'étant pas absorbées par les ou devenues de grandes entreprises, Il existe plusieurs facteurs à l'origine des succès des PME allemandes :

A. Les facteurs technologiques⁹⁵

Les facteurs technologiques au niveau des entreprises comprennent plusieurs aspects. Des facteurs spécifiques peuvent être dégagés au niveau des économies d'échelle, de gamme, et des courbes d'apprentissages. Ce sont des aspects déterminants dans le succès de ces entreprises.

- les économies d'échelle : elles concernent les situations où le coût moyen de production décroît à mesure de l'augmentation de la quantité produite.

⁹⁵Isabelle Bourgeois et René Lasserre : « Les PME allemandes : acteurs de la mondialisation », <https://rea.revues.org/585>.

Chapitre 03 : les PME en Algérie cas de wilaya de Bejaia

-l'argument général des économies d'échelle tient dans le fait que les coûts fixes diminuent avec l'augmentation du volume de production ;

- économie de gamme : Il y a économie de gamme quand la production jointe est moins coûteuse que la production séparée des deux biens, on suppose quelles produits sont « liés » et que l'entreprise peut exploiter des compétences de base et concurrencer les autres entreprises sur cette base ;

-courbes d'apprentissages : est un avantage de coût et de qualité provenant de l'accumulation de connaissances et de savoir-faire. La stratégie de la courbe d'apprentissage réside dans le temps, par l'amélioration des savoir faire, on arrive à améliorer la qualité et à réduire les coûts en augmentant le niveau de l'activité.

B. Le capital humain⁹⁶

Le capital humain est décrit selon la plupart des études économiques comme une donnée indispensable pour expliquer la compétitivité des entreprises, l'entrepreneur ; ainsi que les employés constituent l'ensemble du capital humain, la véritable clé de la compétitivité des PME allemandes reste le respect du salarié, considéré comme une personne porteuse d'un ensemble de savoirs et de savoir-faire à développer et à valoriser. Les entrepreneurs allemands qui ont réussi présentent un certain nombre de points communs résumés comme suit⁹⁷ :

- Ils sont non conventionnels et sont souvent caractérisés comme des personnes originales dans leur façon de penser ;
- Ils sont porteurs d'énergie et sont inspirateurs ;
- La culture ou la vision poursuivie est plus importante que la stratégie ;
- Ils sont intransigeants dans les valeurs fondamentales et beaucoup plus flexibles dans les détails ;
- Ils font perdurer l'engagement à travers une tradition familiale ;
- La durée de direction de l'entreprise est longue : 22 ans en moyenne.

C. L'innovation incrémentale

Parmi les PME innovantes, 4 types sont à identifier:

- les PME exerçant une activité R&D régulière (part importante du personnel en R&D) ;

⁹⁶ 19Marc Chevallier, «PME allemandes: compétitivité sociale et humaine ». *Alternatives Economiques* n° 299, février 2011 (<http://www.alternatives-economiques.fr/pme-allemandes/>). Consulter le 12/ 10/2020.

⁹⁷ Jean-Sébastien Rauwel « Les facteurs de succès des PME en Allemagne ». Mémoire pour le Diplôme d'Etudes Politiques de Strasbourg, Section Economie et Entreprise. Année académique 2006-2007. Pp 26-27

- les PME innovantes sans activité R&D régulière (peu de recherche mais lancement continu de nouveaux produits/processus) ;
- les start-up basées sur la R&D et les nouveaux savoirs (surtout présentes dans le domaine des technologies de pointe) ;
- les prestataires assurant une activité R&D pour le compte d'entreprises. L'Allemagne arrive en tête des pays européens en ce qui concerne le taux de PME innovantes. Le développement d'une dynamique d'innovation au sein des PME ne pourra être assuré qu'à travers deux facteurs : le recrutement d'un personnel hautement qualifié et le financement des projets R&D.

IV.3 Les déterminants de la réussite en françaises

A. Politique d'innovation

L'innovation est l'un des facteurs les plus déterminants du niveau d'internationalisation des PME française, elles sont parmi les entreprises les plus Innovantes 18 milliards d'euros c'est le montant des investissements en R&D investis par les PME en 2012, Les PME françaises introduisent plus de produits nouveaux que leurs homologues européennes, grâce à des activités de R&D conduite d'abord en interne, les entreprises de moins de 20 salariés contribuent de façon significative à la croissance du nombre de PME exportatrices en 2012, alors même que le nombre de PME d'exportatrices employant plus de 250 salariés est resté stable.

B. Le commerce électronique

Le commerce électronique constitue une véritable opportunité pour les PME française, il permet de réaliser d'importantes synergies facilitant le développement des marchés des entreprises à l'intérieur comme à l'extérieur des frontières, les PME qui utilisent le e-commerce bénéficient d'accroissement de productivité, d'une communication en temps réel et d'un accès à de nouveaux clients grâce aux outils du commerce électronique.

C. Les dirigeants

L'ouverture à l'international des dirigeants occupe des places primordiales au sein du processus d'internationalisation des PME françaises, l'entrepreneur joue le rôle d'un catalyseur d'ouverture vers les marchés étrangers qui ne correspond pas à un mode de fonctionnement préétabli, mais à une recherche de conquête permanente de nouveaux territoires.

V. La comparaison des déterminants de la décision d'exportation des PME entre l'Algérie l'Allemagne et la France

Pour mieux comparer entre les trois pays, il est nécessaire de se référer aux facteurs de décision qui permettent la promotion du secteur des PME, notamment, les facteurs en commun, la politique d'innovation, les dirigeants, et enfin les facteurs technologiques.

A. Politique d'innovation

L'Allemagne arrive en tête des trois pays (France et Algérie), en ce qui concerne le taux des PME innovantes, leurs dépenses de R&D auraient atteint 2,9 % en 2011, selon les dernières estimations. Un chiffre qui place l'Allemagne juste en dessous de l'objectif de 3% fixé par l'Union européenne. Les entreprises de moins de 500 salariés affichent, elles, un taux encore beaucoup plus élevé. Leurs dépenses de R&D ont progressé en 2011 de 9,1 % pour atteindre un total de 8,2 milliards d'euros.⁹⁸

En France, les petites entreprises investissent une plus grande partie de leur Chiffre d'affaires dans la recherche et développement (R&D), les micro-entreprises et les PME (hors micro-entreprises) engagent respectivement 28,3 % et 6,4 % de Leur chiffre d'affaires dans les dépenses intérieures de R&D, contre 2,6 % pour les grandes entreprises. En 2011, la part de chercheurs ou ingénieurs dans le personnel de R&D est légèrement plus élevée dans l'ensemble des PME (64 %) que dans les ETI et les grandes entreprises (respectivement 60 % et 62,3 %).

B. Les dirigeants

Les trois pays l'Algérie, l'Allemagne et France, le facteur humain ou bien la capacité de dirigeants est l'un des plus importants facteurs qui influence la décision d'exportation surtout dans les PME Algériennes

C. Les facteurs technologiques

L'Allemagne le plus pays qui investir dans le domaine technologique tous qui concerne l'industrie de auto mobile, en suite la France qui donne l'importance à le facteur d'innovation et que nous avez remarquez que l'Algérie elle est moins d'importance.

Conclusion

Au terme de ce chapitre, qui porte la monographie des PME de la wilaya de Bejaia et en suite l'étude comparative des déterminants de la décision d'exportation en tre les PME Algériennes, allemands et les PME françaises.

⁹⁸ Premières estimations de la Recherche et développement en 2013, publié par: Service de presse d'Eurostat, le 17 novembre 2014 <http://ec.europa.eu/eurostat>. Consulter le 11/10/2020

Conclusion générale

Conclusion générale

Dans ce travail, nous nous sommes penchés sur l'analyse des déterminants de la décision d'exportation des PME Algérienne pour traiter et aborder le sujet, il s'agit de faire une présentation des recherches théoriques sur les PME Algérienne notre travail compte tenu des objectifs et des hypothèses poses tout au départ pour tirer des enseignements qui s'imposent dans le cas, l'objectif principal de notre travail est déterminer les facteurs de la décision d'exportation des PME Algérienne. Notre thématique de la recherche s'est faite sur trois chapitres qui sont:

Le premier chapitre est dédié à la PME et exportation, théorie et réalité, nous tenterons dans la première section de définir la notion de PME, de relever les caractéristiques et les différentes classifications, dans la deuxième section, nous présenterons les différentes théories qui expliquent l'internationalisation des PME, ainsi que les modes d'internationalisation dans la troisième section en présenter les déterminants de la décision des PME Algérienne,

Le deuxième chapitre traite le profil des PME Algérienne, il s'agit de présenter dans la première section, la définition et les caractéristiques, et les classifications et les contraintes de développement des PME en Algérie,

Dans la deuxième section nous présenterons la PME et leur place de développement des PME algérienne, la troisième section en présente aperçue historique de commerce extérieur et ainsi que l'évolution et l'exportation hors hydrocarbure, et la politique de soutien des exportations hors hydrocarbures en Algérie.

Le troisième chapitre consacré les PME en Algérienne cas de wilaya de Bejaia, la première section en présente la monographie de la PME de wilaya Bejaia, la deuxième section on a présenter une étude comparative entre les PME Algérienne et les PME Allemagne et les PME françaises.

Bibliographié

□ Ouvrages

- BARRELIER A. et al, « Exporter : pratique du commerce international » Editions Foucher, Paris 2003.
- BOUZIDI, (Abdelmadjid) : Comprendre la mutation de l'économie algérienne, les mots-clés, Edition SOCIETE NATIONALE DE COMPTABILITE, Alger, 1992.
- DELACOLETTE Jean « Les contrats de commerce internationaux » ; Ed de Boeck, Bruxelles, 1996
- DIEMER. A, « Principes d'économie politique », Ed, Economica, Paris, 2013.
Groupe de recherche en économie et gestion des PME
- JOFFRE. P, « L'entreprise de l'exportation », Ed. Vuibert, Paris, 1987,.
- JULIEN.P.A, MARCHESNAY.M, « la petite entreprise : principes économiques et gestion », éd Vuibert
- MAYHOFER. U, « Le Management stratégique », Ed. Bréal, 2007.MANTOUSSE. M, « 100 Fiches pour comprendre les sciences économiques », Ed, Bréal, Paris, 2005
- MUCCHIELLI .J-L, MAYER T, « **Économie international** », Edition. Dalloz ; Paris, 2005
- NATHALIE DUFFAL, ISABLE DUVAL, « économie de l'entreprise la stratégie des PME », 2005,
- Robert WTTERRWULGHE « La P.M.E. Une entreprise humaine » éd. Boeck et Larcier, 1998
- SELLAMI, A, « Petite et moyenne industrie et développement économique », 1985, Ed.ENL, Alger
- SIROAN. J-M, «L'OMC et la mondialisation des économies », Ed, Economica, Paris,1993.
- WTTERRWUGHE.R « la PME une entreprise humaine », Boeck, 2ème édition, 2008,

□ Article et revues

- COLOVIC Ana et MAYRHOFER Ulrike, « Les stratégies de localisation des firmes multinationales », in Revue française de gestion, n° 184/2008, p. 154.

- FA-NKAM JEAN-MARCELLIN « les déterminants de la planification à l'exportation PMI », S.D,
- Karim si LEKHAL « les PME en Algérie :Etat des lieux, contraintes et perspectives », 2013,
- MELBOUCI Leila, « les PME Algériennes : un essai d'analyse par les ressources », revue des sciences Humaines, université Mohamed Khider Biskra N° 08, juin 2005
- NATHALIE DUFFAL, ISABLE DUVAL, « économie de l'entreprise la stratégie des PME », 2005
- TAMIRI MA et EL GRAINI M. (2019) « le réseautage : un déterminant de l'internationalisation des PME et de leur performance a l'export » revue du contrôle, de la comptabilité de l'audit « Numéro 8 : mars 2019/volume 3 : p.1009
- TORRES Olivier, «les PME », universitaire de canada, 1999,

□ Mémoires et thèses

- BOUZIDI, (Abdelmadjid) : Comprendre la mutation de l'économie algérienne, les mots-clés, Edition SOCIETE NATIONALE DE COMPTABILITE, Alger, 1992
- 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,
- CLARION GEORGES RAHARINAINA « les barrières à l'exportation perçues par les pme dans les pays en développement: cas de MADAGASCAR », OCTOBRE 2012, université de Québec
- EL GHAZI.H « types de manager et de pratiques entrepreneuriales en Algérie », Thèse de magistère, Université Tlemcen, 2011
- GWENDOLINE MARION, « les facteurs de succès des PME exportatrices vers les pays émergents », l'université du Québec, aout 2015
- ISSAM MEJRI « l'internationalisation des PME technologiques issues des économies émergents : une analyse basée sur les opportunités d'affaire », université de cote d'azur,

Bibliographie

- Naima Labiad « stratégie l'internationalisation des entreprises Algériennes : modèle de performance économiques et développement technologique », université de Sidi bel Abbes, 2018,
- NGUYEN THI KIM HANH, « décision et performance à l'exportation ; une étude empirique des entreprises manufacturières des chaussures vietnamiennes », octobre 2006, Université du Québec à Montréal,
- PISAREK.W « stratégies d'internationalisation des PME, les apports en terme de conceptualisation du processus », Université Paris 1 PANTHEON-SORBONNE, juin 2011,
- Rahmani Yamina, « les déterminants des petites moyennes entreprises exportatrices en Algérie : cas de l'ouest Algérie », 2018 , thèse de doctorat, université d'Oran2

□ Séminaire. Rapport et études

- bulletin d'information statistique des PME N°35 année 2019.
- Bulletin d'information statistique des PME N°34 année 2018
Bulletin d'information statistique des PME N°29 année 2016
- GREPME « PME : bilan et perspectives », Les Presses Inter Universitaires, QUEBEC, 1997, p.27.
- MADOUÏ (M), BOUKRIF(M), « De l'économie administrée à l'économie de marché », les PME à l'épreuve de la mise à niveau des entreprises en Algérie, communication au Colloque International, INRPME-AUF-AIREPME, 27au 29 mai 2009, Canada.
- MALDONADO Carlos, « l'économie informelle en Afrique francophone : structure dynamique et politique », Bureau international de travail, Genève, 2001,
- Ministère du Commerce, « bilan des actions du secteur du commerce réalisées durant la période 1962-2012 »,Mai 2012, P6
- OCDE : Définition de référence de l'OCDE des investissements directs internationaux, Paris, 4eme Edition 2008, p17
- Projet de rapport : pour une politique de développement de la PME en Algérie. CN E S, Alger, 2002, pp.14-15.
- Rapport de la Direction Générale Des Douanes Algérienne sur le Commerce Extérieure, Année 201

Bibliographie

Références législatives et réglementaires

- Article 04 JOURNAL OFFICIEL DE LA REPUBLIQUE ALGERIENNE N° 77, le 15/12/2001,
- Articles N° (05 et 06 ,07), JOURNAL OFFICIEL DE LA REPUBLIQUE ALGERIENNE N° 77, le 15/12/2001.

Références web

- www.exportateur-algerie.org.
- www.caci.dz
- <http://www.safex-Algérie.dz>.
- www.cagex.dz.
- www.Algex.dz
- www.mincommerce.gov.dz
- www.douane.gov.dz,
- <https://www.douane.gov.dz>
- <https://www.douane.gov.dz/>
- https://www.cairn.info/load_pdf.php?ID_ARTICLE=RFG_184_0151&download=1
- <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-01022777/document>
- <http://www.dip3.ca/category/pme/>
- <https://www.glossaire-international.com/pages/tous-les-termes/modele-uppsala.html>
- <https://www.d6-dz.com/post/2017/08/19/cycle-de-vie-du-produit>
<https://www.expertinbox.com/2013/07/18/le-cycle-de-vie-du-produit>
- ❓ <https://www.hrimag.com/Le-cycle-de-vie-d-un-produit-ce-qu-il-faut-savoir-selon-Philip-Kotler>
- ❓ <https://www.hrimag.com/Le-cycle-de-vie-d-un-produit-ce-qu-il-faut-savoir-selon-Philip-Kotler>

Tables des matières

Table des matières

| | |
|---|----|
| Chapitre 01 : PME, exportation, théorie et réalité | 16 |
| Introduction..... | 17 |
| Section 01 : cadre conceptuel de la PME..... | 18 |
| I. définitions et différentes approches de la PME | 18 |
| Définition de la PME..... | 18 |
| Les approches de la PME..... | 18 |
| Approche qualitative | 18 |
| Approche quantitative | 19 |
| Définitions de la PME selon différents pays..... | 19 |
| I.3. Etats- unis..... | 20 |
| I.3.2. Au canada..... | 20 |
| II. Les caractéristiques de la PME..... | 20 |
| III. Classification des PME..... | 21 |
| Classification par secteur économique | 21 |
| Le secteur primaire | 21 |
| Le secteur secondaire | 21 |
| III.1.3 Le secteur de traites..... | 22 |
| La classification par taille et impact économique | 22 |
| IV. Les avantages de la PME..... | 23 |
| V. Les incontinents des PME..... | 24 |
| Section 02 : l'exportation comme un premier pas vers l'internationalisation | 25 |
| I. Notion de l'internationalisation des PME..... | 25 |
| II. Les théories de L'internationalisation..... | 25 |
| L'approche behavioriste | 25 |
| Le modèle UPPSALA | 26 |
| Le modèle d'innovation..... | 28 |
| La théorie de cycle de vie de produit..... | 28 |

Tables des matières

| | |
|---|----|
| . II.3. L'approche par les compétences et les réseaux | 30 |
| L'approche par ressource et compétence..... | 30 |
| L'approche par réseaux | 31 |
| La théorie éclectique de Dunning | 32 |
| La théorie de l'écart technologique..... | 32 |
| III. Les modes d'internationalisation des PME..... | 33 |
| l'exportation..... | 33 |
| Différentes formes de l'exportation..... | 34 |
| Le processus d'exportation..... | 35 |
| L'analyse de l'environnement | 35 |
| III.1.2.1. Le choix de la stratégie..... | 35 |
| III.1.2.3. La modalité pratique..... | 36 |
| Le rôle de l'exportation... .. | 36 |
| Effet macro-économique | 36 |
| Les exportation motrice de création de l'emploi | 36 |
| Les effets des exportations dans la croissance économique | 37 |
| Le contrainte liée à l'exportation | 38 |
| risque de change | 38 |
| la compensation... | 38 |
| le termaillage | 39 |
| risque politique institutionnel | 39 |
| Les risques de prospections des marchés étrangers..... | 39 |
| L'investissement direct à l'étranger | 40 |
| Définition de l'investissement direct à l'étranger selon l'OCDE | 40 |
| les formes de l'investissement direct à l'étranger | 40 |
| Le partenariat | 41 |
| Le joint-venture | 41 |
| Le sous-traitance | 41 |

Tables des matières

| | |
|---|----|
| Section 03 : Les déterminants de la décision d'exportation des PME..... | 42 |
| I. Facteurs liée au dirigeant..... | 42 |
| Age de dirigeant | 42 |
| formation de scolarité..... | 42 |
| La maîtrise des langues étrangères..... | 43 |
| perception des opportunités et des menaces..... | 43 |
| II. facteur liée a la PME..... | 43 |
| La taille de l'entreprise | 43 |
| L'âge de l'entreprise | 43 |
| Secteur d'activité | 44 |
| La capacité excédentaire de l'entreprise..... | 44 |
| Le niveau de la technologie | 44 |
| L'importance de l'innovation..... | 44 |
| Les réseaux de l'entreprise | 44 |
| III. Facteurs environnementaux..... | 45 |
| L'étroitesse du marché national..... | 45 |
| Accompagnement des autorités..... | 45 |
| La proximité psychique | 45 |
| Conclusion..... | 46 |
| Chapitre 02 : Profil de la PME en Algérie..... | 47 |
| Introduction..... | 48 |
| Section 01 : la PME en Algérie, définition, et caractéristique..... | 49 |
| I. Définition de la PME en Algérie..... | 50 |
| II. Les caractéristiques de la PME Algériennes..... | 51 |
| III. Les contraintes de développement des PME en Algérie | 52 |
| Les contraintes découlant des activités informelles dites solutionnaires..... | 52 |
| Les contraintes financières | 53 |
| Les contraintes liées au foncier industriel | 53 |

Tables des matières

| | |
|--|----|
| Les contraintes d'informations | 54 |
| III .5. Les contraintes d'ordres administratives et judiciaires..... | 54 |
| III.6. Les contraintes liées au marché de travail | 55 |
| Section 02 : la PME et leur place dans le développement de l'économie national | 55 |
| I. Dynamique des PME en Algérie..... | 55 |
| l'évolution de la PME en Algérie durant la période 2005-2019... .. | 56 |
| Répartition des PME privées par secteur d'activité | 57 |
| Répartition des PME publique par secteur d'activité..... | 59 |
| Répartition des PME par région | 60 |
| II. Contributions des PME à la création des l'emploi..... | 61 |
| III. L'évolution du PIB hors hydrocarbure en Algérie durant la période 2004-2015. | 62 |
| IV. Contribution des la PME à la création de valeur ajoutée | 63 |
| V. Contributions des PME à la distribution et à la relance de l'économie | 64 |
| Contribution à la distribution de revenus..... | 64 |
| Contribution à la relance de l'économie..... | 65 |
| Section 03 : présentation de commerce extérieur et politique de soutien hors hydrocarbure en Algérie | 65 |
| I. Aperçu historique sur le commerce extérieur en Algérie..... | 65 |
| Après l'indépendance | 65 |
| Les années 90... .. | 66 |
| Les années 2000 | 67 |
| II. évolution de la structure de commerce extérieur en Algérie | 68 |
| évolution de commerce extérieur en 2010-2018... .. | 68 |
| Les exportation Algérienne hors hydrocarbure en Algérie 2010-2018... .. | 70 |
| Les principaux secteurs exportateurs et clients en Algérie..... | 72 |
| les principaux produits hors hydrocarbure exporté 2018-2019... .. | 73 |
| Les principaux clients de l'Algérien..... | 74 |
| III. Dispositifs d'aide à l'exportation hors hydrocarbure en Algérie..... | 75 |
| L'ANEXAL | 75 |

Tables des matières

| | |
|--|----|
| CACI..... | 75 |
| SAFEX..... | 76 |
| CAGEX | 77 |
| ALGEX..... | 77 |
| FSPE | 78 |
| Conclusion..... | 79 |
| Chapitre 03 : les PME en Algérie cas de wilaya de Bejaia..... | 80 |
| Introduction... .. | 81 |
| Section 01 : La monographie des PME de la wilaya de Bejaia | 82 |
| I .évolution des PME privées et de l’emploi de la wilaya de Bejaia | 82 |
| II. Implantation territoriale de la PME privées de wilaya de Bejaia..... | 83 |
| III. Les principaux secteurs d’activités de la wilaya de Bejaia..... | 83 |
| IV. Mouvements des PME pat tranche d’effectif..... | 84 |
| Section 02 : étude comparative de déterminants de la décision d’exportation entre les PME Algérienne et Allemand et PME françaises | 85 |
| I. Définition de la PME Algériennes... .. | 85 |
| Les caractéristiques des PME Algériennes..... | 85 |
| II. définition de la PME Allemand | 85 |
| II.1 Les caractéristiques des PME Allemand..... | 86 |
| III. Définition des la PME française | 87 |
| Les caractéristiques des PME françaises... .. | 87 |
| IV. les déterminas de la réussite des PME..... | 88 |
| Les déterminants de la réussite des PME Algériennes | 88 |
| Les déterminants de la réussite des PME Allemand | 89 |
| Les déterminants de la réussite des PME françaises | 91 |
| V. La comparaison des déterminants de la décision d’exportation des PME Algériennes, Allemagnes et françaises | 92 |
| Conclusion... .. | 92 |
| Conclusion générale | 93 |

Tables des matières

| | |
|--------------------|----|
| Bibliographie..... | 95 |
|--------------------|----|

Résumé

L'objectif principal de notre mémoire est d'analyser les facteurs influençant la décision d'exportation des petites et moyennes entreprises (PME) manufacturières algériennes. Pour cela, nous utilisons la modélisation qualitative binomiale logistique. Les résultats montrent que la taille, l'âge de l'entreprise, la recherche & développement, la productivité du travail, l'appartenance au secteur d'activité, sont les variables qui influencent positivement la décision d'exportation des PME. L'expérience du dirigeant, le degré d'ouverture du secteur d'activité, sont des facteurs qui influencent négativement leur décision d'exportation. Par ailleurs, les variables qui caractérisent l'environnement des affaires, tels que les facilitations douanières, la fiscalité et le transport n'ont aucun effet sur l'engagement des PME de notre échantillon dans l'exportation.

Mots Clés : internationalisation, PME, décision d'exportation.