

**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**

**Thème**

**L'apport de la politique de promotion du commerce  
extérieur Algérien et l'avenir des exportations hors  
hydrocarbures.**

Cas pratique : procédure financière au niveau de la Banque  
Extérieur d'Algérie Agence n°41 willaya de Bejaia.

**Réalisé par :**

BENDIFALLAH Sarah  
BOUNOUNI Ouail

**Encadreur :**

Melle BOUNAZEF.D

**Membre du Jury :**

M BEZTOUH  
M HENNICHE

**Promotion 2014-2015**

## REMERCIEMENTS

*Nos vifs remerciements vont à tous les membres du jury qui ont accepté de consacrer le temps qu'il faut pour évaluer notre mémoire.*

*Nous tenons donc à remercier Melle BOUNAZEF.D notre promotrice pour la confiance qu'elle nous a témoigné en nous attribuant ce travail, et nous souhaiterons ici lui présenter notre sincère reconnaissance pour ses conseils judicieux, ses encouragements, son dévouement et son aide durant toute la période du projet.*

*Bien sûr, nos remerciements vont à Madame Sabrina notre encadreur lors du stage, pour son entière disponibilité, son savoir-être, son savoir-faire, son aide précieuse et sa franche collaboration.*

*Un grand merci à tous le collectif du Département des sciences commerciales pour leurs qualités humaines très positives, leur patience, la disponibilité et l'esprit de compréhension affiché à l'égard de l'ensemble des étudiants.*

*Ces remerciements ne seraient pas complets sans une pensée pour tous nos enseignants ayant contribué à notre formation universitaire.*

*En fait, la réalisation de ce modeste travail n'a été rendu possible que grâce à des personnes qu'elles veuillent trouver ici l'expression de notre profonde gratitude et nous tenons à remercier toutes les personnes qui de près ou de loin ont aidé et encouragé à bien mener ce modeste travail.*

## *Dédicace*

*À la plus belle créature que Dieu a créée sur terre,,,*

*À cette source de tendresse, de patience et de générosité,,,*

*A la mémoire de mon défunt grand père et mon amour grand-mère que Dieux la garde pour nous tous.*

*Aucune dédicace ne saurait exprimer l'amour, l'estime, le dévouement et le respect que j'ai toujours eu pour vous. Rien au monde ne vaut les efforts fournis jour et nuit pour notre éducation et notre bien-être. Ce travail est le fruit de vos sacrifices que vous avez consentis pour mon éducation et ma formation.*

*A la lumière de mes jours, la source de mes efforts, la flamme de mon cœur, ma vie et mon bonheur ; maman que j'adore.*

*A l'homme courageux, mon exemple éternel, mon soutien moral et source de joie et de bonheur, celui qui s'est toujours sacrifié pour me voir réussir, que Dieu te garde pour nous, à toi mon père.*

*A mes très chères sœurs que j'adore et que j'estime beaucoup et auxquelles j'ai un grand respect. Je leurs souhaite une bonne réussite dans leurs études et vie personnelle. AMIRA et YASMINE...je vous aime.*

*Aux personnes dont j'ai bien aimé la présence dans ce jour, à tous mes oncles et mes tantes, et je tiens a cité SALIMA, HASSINA et NADJIB, mes cousines, et mes cousins, toi yannis ;slimane ; didou et alilou. Je dédie ce travail dont le grand plaisir leurs revient en premier lieu pour leurs conseils, aides, et encouragements.*

*Aux personnes qui m'ont toujours aidé et encouragé, qui étaient toujours à mes côtés, et qui m'ont accompagnaient durant toute mon enfance et jusqu'à nos jours, mes aimables amis, collègues d'étude, et frères de cœur, toi FARES, MAYNOU, TAHA CHOUCOU, ALA ET FAYCEL. A vous mes adorables NESRINE LOULI NOUHA AMIRA ET MAISSA.*

*Quail Bounouni*

## DEDICACE

*Tout d'abord, nous remercions Dieu le Tout-Puissant de nous avoir donné le courage, la santé, la foi et la volonté pour mener à bout ce modeste travail.*

*Ensuite, il faut toujours remercier sa famille ... d'autant qu'elle était là toujours pour nous encourager dans notre projet.*

*Il nous est agréable de dédier ce modeste travail à :*

- ❖ Nos chers parents qui nous ont soutenus tout au long de notre cursus ;*
- ❖ Mon petit frère à qui j'espère pour lui intégrer le milieu universitaire bientôt ;*
- ❖ Nos familles et nos proches ; spécialement Mr et M. DJERADI ; mes deux grands-mères ;*
- ❖ Mon binôme et toute sa famille ; qui a parcourue avec moi ces années d'étude ;*
- ❖ Tous mes amis en mettant l'accent pour Belaid et tout le groupe.*
- ❖ Ainsi qu'à tous ceux qui nous sont chers.*

*BENDIFALLAH Sarah*

## Liste des abréviations

<b>Abréviation</b>	<b>Désignation</b>
<b>A.D.P.I.C</b>	Aspects des Droits de Propriété Intellectuelle qui touchent au commerce
<b>A.F.D</b>	Agence Française de Développement
<b>A.G.I</b>	Autorisations Globales d'Importation
<b>A.L.G.E.X</b>	l'Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur
<b>A.N.D.P.M.E</b>	Agence Nationale de Développement de la Petite et Moyenne Entreprise
<b>A.T.A</b>	American Translators Association
<b>B.R.E</b>	Bureau de Rapprochement des Entreprises
<b>B.C.A</b>	Banque d'Algérie
<b>C.A.C.I</b>	Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie
<b>C.A.G.E.X</b>	Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportations
<b>C.E</b>	Commerce Extérieur
<b>C.N.I.S</b>	Conseil National de l'Information Statistique
<b>C.N.U.C.E.D</b>	Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement
<b>D.D</b>	Droits de Douanes
<b>E.P.A.L</b>	l'Entreprise Portuaire d'Alger
<b>F.Gar</b>	Fond de garantie des Crédits des pme
<b>F.M.I</b>	Fond Monétaire International
<b>F.N.R.D.A</b>	Le Fonds National de Régulation et Développement Agricole
<b>F.P.C</b>	Formation Professionnelle Continue
<b>F.S.P.E</b>	Fonds Spécial pour la Promotion des Exportations
<b>G.A.T.T</b>	General Agreement on Tariffs and Trade
<b>H.H</b>	Hors Hydrocarbures
<b>LB.S</b>	L'Impôt sur les Bénéfices des Sociétés
<b>I.D.E</b>	Investissements Directs Etranger
<b>J.E.T.R.O</b>	Organisation Japonaise pour le Commerce Extérieur et la Recherche
<b>M.E.N.A</b>	Middle East and North Africa
<b>NCA Ruiba</b>	(Nouvelle Conserverie Algérienne), est une société privée de droit algérien au capital social de 849 195 000 DA, a comme activité la production et la distribution de boissons, nectars et jus de fruits.
<b>O.M.C</b>	Organisation Mondiale du Commerce
<b>O.N.U</b>	Organisation des Nations Unies
<b>O.P.E.P</b>	Organisation des Pays Exportateurs de Pétrole
<b>O.T.C</b>	Obstacles Techniques au Commerce
<b>P.A.S</b>	Plan d'Ajustement Structurel
<b>P.C.S.C</b>	Plan Complémentaire de Soutien à la Croissance

<b>P.C.S.C</b>	Plan Complémentaire de Soutien à la Croissance
<b>P.I.B</b>	Produit Intérieur Brut
<b>P.I.P</b>	Programme d'Investissement Public
<b>P.M.E</b>	Petites et Moyennes Entreprises
<b>P.R.O.M.E.X</b>	L'Office Algérien de Promotion du Commerce Extérieur
<b>P.S.R.E</b>	Plan de Soutien à la Relance Economique
<b>R.I.M</b>	Risque d'Interruption de Marché
<b>S.C.I</b>	Sociétés de Commerce International
<b>S.P.S</b>	Sanitaires et Phytosanitaires
<b>T.A.P</b>	Taxe sur l'Activité Professionnelle
<b>T.C.A</b>	Taxe sur le Chiffre d'Affaires Taxe sur les Conventions d'Assurance
<b>T.I.C</b>	Transports et des Communications
<b>T.P.D</b>	Titre de Passage en Douanes
<b>T.V.A</b>	Taxe sur la Valeur Ajoutée
<b>U.E</b>	Union Européenne
<b>Z.A.L.E</b>	Zone Arabe de Libre Echange

## Liste des tableaux

<b>Tableau n° :</b>	<b>Dénomination</b>	<b>Page</b>
01	L'internationalisation en six étapes développées par Bilkey et Tesar (1977)....	16
02	Opérations à entreprendre par l'entreprise suite à la tendance de la devise.....	34
03	Les coûts spécifiques à l'export entrant dans la composition du coût de revient d'un produit destiné à l'export.....	39
04	Evolution des DD en Algérie des les biens de consommation à partir de 2008 avec prévisions (2016-2017).....	69
05	La part des droits de douane en % du PIB entre 2004-2015.....	69
06	taux de protection global Agriculture, Industriel.....	69
07	statistiques du commerce extérieur en Algérie période 2005-2014.....	77
08	Evolution des exportations de l'Algérie par groupe d'utilisation pour la période 2005-2014.....	80
09	Exportations hors hydrocarbures par groupe d'utilisation pour l'année 2014...	81
10	l'évolution du commerce extérieur entre 2012-2013-2014 par région économique.....	85
11	Différents modes de financements pratiqués pour la période 2013-2014.....	89
12	Evolution du taux de change moyen par an de 2001 à 2013.....	90
13	Format d'une domiciliation au niveau de la banque.....	109

## Liste des figures

<b>Figure n° :</b>	<b>Dénomination</b>	<b>Page</b>
01	Les étapes à suivre pour les PME dans une démarche export.....	21
02	Evolution des importations Algérienne entre 2005-2014.....	78
03	Evolution de la balance commerciale (2005-2014) en millions USD.....	79
04	Les trois principaux produits exportés du groupe d'alimentation en 2014.....	81
05	Les trois principaux produits exportés du groupe des produits bruts en 2014....	82
06	Les trois principaux produits exportés du groupe des demis produits en 2014...	83
07	Les trois principaux produits exportés du groupe des biens d'équipement industriels en 2014.....	83
08	les trois principaux produits exportés du groupe des biens de consommation non alimentaires en 2014.....	84
09	importations Algérienne en 2013 par régions économiques.....	87
10	Exportations Algérienne en 2013 par régions économiques.....	87
11	importations Algérienne en 2014 par régions économiques.....	88
12	Exportations Algérienne en 2014 par régions économiques.....	88
13	La part des différends partenaires à pour l'année 2014.....	91
14	Principaux fournisseurs étrangers de l'Algérie 2014.....	91
15	L'enregistrement comptable du prélèvement de la commission de domiciliation.....	110



# SOMMAIRE

## INTRODUCTION GENERALE

### Chapitre I : LES POUVOIRS PUBLIQUES DE LA PROMOTION DES EXPORTATIONS

Introduction du chapitre.....	4
Section1 : Difficultés des pouvoir publics à promouvoir les exportations.....	5
Section 2 : Le phénomène d'internationalisation : théories et procédures.....	14
Conclusion du chapitre.....	25

### Chapitre II : PRATIQUE D'APPUIS ET MODE D'APPROCHE A L'INTERNATIONALE

Introduction du chapitre.....	26
Section 1 : Typologie des exportations et mode d'approche des marchés internationaux.....	27
Section 2 : Identification des contraintes et risques liées à l'export.....	33
Conclusion du chapitre.....	46

### Chapitre III : APPLICATION DES THEORIES SUR LA POLITIQUE DE L'ETAT ALGERIEN ET SON SOUTIEN A L'EXPORT

Introduction du chapitre.....	47
Section 1 : La politique de promotion du commerce extérieur en Algérie.....	48
Section2 : Croissance Economique Hors Hydrocarbures : PME exportatrices en Algérie.....	75
Conclusion du chapitre.....	98

### Chapitre IV : SUIVI D'UNE PROCEDURE FINANCIERE LORS D'UNE OPERATION D'EXPORTATION AU NIVEAU DE LA BANQUE

Introduction du chapitre.....	99
Section 1 : Présentation du lieu de stage.....	100
Section 2 : Suivi du déroulement d'une opération d'exportation au sein de la BEA.....	107
Conclusion du chapitre.....	117
<b>CONCLUSION GENERALE.....</b>	<b>118</b>

Bibliographie.....	120
--------------------	-----

## INTRODUCTION GENERALE

Après l'indépendance l'Algérie avait une structure économique très fragile qui arrivait à peine, grâce au peu de produits agricoles qu'elle produisait et au revenus des hydrocarbures, à couvrir la consommation nationale et les dépenses publics. Nous allons voir durant le développement de ce mémoire, la réaction et l'adaptation des pouvoirs publics envers les politiques commerciales à l'échelle mondiale afin d'aboutir à promouvoir leurs exportations et spécialement les exportations hors hydrocarbures pour le cas de l'Algérie qui va être le fond du sujet vu qu'il s'appuie essentiellement sur une seule ressource, et voir aussi l'application des lois et politiques avec les entreprises national pour arriver à la fin à un résultat satisfaisant qui permet de progresser à l'international.

### Objet de l'étude

Notre travail consiste à étudier les contraintes qui font que les exportations hors hydrocarbures en Algérie soit faible. En effet, l'économie Algérienne a depuis longtemps été caractérisée par une économie fortement dépendante vis-à-vis des exportations dominées essentiellement par le pétrole et le gaze naturel. L'Etat a monopolisé durant des décennies le commerce extérieur basé sur l'importation massive des produits de première nécessité, et l'exportation exclusive des ressources naturelles à savoir les minières et les hydrocarbures, ce qui se résume en une économie de rente.

Suite à la baisse des cours du pétrole dans les années 80, l'équilibre économique Algérien s'est trouvé menacé, les ressources financières du pays provenant de la vente du pétrole ont diminuées, l'Algérie se trouva obligé de subir le programme d'ajustement structurel imposé par les institutions internationales. Il s'en est suivit une période de dix ans de terrorisme l'un des éléments qui ont bloqué complètement l'économie algérienne, mais durant les années 2000 le cours du pétrole a augmenté, et de nouveau l'économie Algérienne a pu repartir en structurant les différentes institutions, plusieurs actions ont été menées telles que la réalisation d'infrastructures de base et une politique de développement était menée dans le secteur agroalimentaire, le secteur d'agriculture et d'industries (PME) pour le développement des produit hors hydrocarbures. Mais l'exigence de la politique Algérienne a fait qu'il n'y a pas eu un développement des exportations hors hydrocarbures significatif.

Tous les évènements vécus par l'Algérie pendant les vingt dernières années ont fait que la rente pétrolière n'a servi qu'à remettre en place les institutions qui ont été fortement malmenées d'une part, et d'une autre part, il a fallu aussi généraliser sur tout le territoire l'équilibre national. Cette phase représente la première étape de l'évolution du pays vers une semblante autosuffisance, mais d'autres éléments ont survenus tel que (le détournement des fonds publiques).

Nous allons voir dans ce qui suit, que cette réalité vécue par notre pays rentre dans la démarche normale que doit vivre théoriquement tout pays qui se dirige vers une meilleure économie se basant sur des produits hors hydrocarbures.

### **Méthodologie du travail**

Dans notre travail de recherche, nous avons adopté l'approche descriptive qui a été retenue pour la description des stratégies internationales et la politique de l'Etat Algérien vis-à-vis des exportations hors hydrocarbures.

### **Problématique**

Pour bien structurer notre travail, nous nous sommes intéressés à la situation économique vis-à-vis du commerce extérieur, et plus précisément les facteurs et éléments favorisant l'amélioration et la promotion de ce dernier. Nous avons pu fonder une orientation à notre recherche qui est la problématique suivante :

*Quel est l'impact de l'engagement du gouvernement Algérien dans le soutien des exportations hors hydrocarbure ? Et quelles sont ses conséquences sur l'évolution du commerce extérieur en Algérie ?*

De cette principale problématique découlent des questions auxiliaires, qui nous permettent de bien détailler et décortiquer notre analyse. Les questions qui guideront notre démarche sont les suivantes:

- ❖ Quelles sont les motivations et contraintes des pouvoirs publics pour la promotion de leurs exportations ?
- ❖ Quels sont les différents modes d'approches à l'international (opportunités et menasses) ?
- ❖ Que fait l'Etat Algérien pour soutenir les exportations ? quels programmes ? Quels politiques ? Et quelles conséquences sur le commerce extérieur ?
- ❖ Le service bancaire est il un facteur de stagnation des exportations Algériennes ?

### **Hypothèses**

H1-Grace aux politiques et réformes menés par l'Etat, l'Algérie est arrivée à s'en passer des dépendances des recettes des hydro carbures.

H2-La politique de promotion des exportations a permis le développement de l'économie Algérienne.

H3- les réalisations du gouvernement Algérien à propos des plans d'ajustement, était de nécessité.

H4-l'apport des politiques commerciales à l'échelle international est nettement positives par rapport a celle qu'existait avant la libéralisation du commerce extérieur.

### **Structure du mémoire**

Le travail que nous présentons a été fait en deux étapes majeures, dans la première nous nous sommes concentrés sur la recherche documentaire et sur la constitution d'un large point bibliographique qui nous a permis une meilleure compréhension du phénomène d'internationalisation des entreprises, et les différentes méthodes utilisées pour y parvenir. Dans la seconde étape, nous nous sommes focalisés sur les différentes politiques du commerce extérieur en Algérie, et leurs conséquences sur l'évolution des exportations hors hydrocarbure. Nous avons pu également étudier et analyser les plus importantes actions effectuées pour la formalisation de ces exportations, durant notre travail de stage réalisée au sein de la Banque Extérieure d'Algérie.

Le présent travail s'articulera autour de quatre chapitres :

Dans le premier chapitre nous avons décrit le rôle des pouvoirs publics, alors que dans le second nous avons présenté les différents modes d'approche à l'internationalisation. Pour ce qui est du troisième chapitre, il résume la pratique de l'Etat Algérien et ses impacts sur le commerce extérieur. Le cas pratique quant à lui, nous l'avons synthétisé dans le quatrième et dernier chapitre.

Enfin nous terminons par une conclusion générale dans laquelle nous avons résumé les points forts de notre travail et quelques perspectives d'avenir.

# CHAPITRE I : LES POUVOIRS PUBLICS ET LA PROMOTION DES EXPORTATIONS

## Introduction du chapitre

Le commerce mondial a connu de grandes mutations depuis la deuxième guerre mondiale<sup>1</sup>, vu que l'intérêt des gouvernements n'est plus la conquête des terres et la colonisation des peuples, mais la croissance de leurs économies et l'enrichissement de leurs caisses en devises depuis la maîtrise et l'acquisition des marchés en dehors de leurs frontières nationales.

Cela n'est possible que par la volonté des pouvoirs publics et les stratégies qu'elles mènent afin qu'elles puissent réagir efficacement envers des les opportunités qui lui sont possible d'avoir, et faire face au contraintes qui lui présentent un inconvénient et obstacle vu l'évolution que vie le monde dans le domaine économique et la progression des politiques commerciale des pays développés.

Les entreprises local de tout état, restent l'élément essentiel et le facteur exécuter des instructions des gouvernements, car l'activité et le bon rendement avec les résultats que réalisent les entreprises fait la richesse et reflète la situation et économique de tout pays qui procède au commerce international et qui envisage de s'accroître a l'étranger<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> DROUVOT.H, « Le made in Brésil : l'industrie brésilienne face à la mondialisation », Presses Universitaires de Grenoble, Paris, 2005.p42

<sup>2</sup> JUDICAELE.D, « La mondialisation contemporaine rapports de force et enjeux », Edition Nathan, paris,2013.p256

## **Section 1: DIFFICULTES DES POUVOIR PUBLICS A PROMOUVOIR LES EXPORTATIONS**

L'objet de cette section est d'identifier les motivations des Etats dans le cadre des stratégies de promotion des exportations, d'une part et d'autre part, nous tenterons d'exposer les principaux facteurs qui, soit aident les entreprises, soit ils les contraignent pour tourner vers l'international.

### **1. MOTIVATIONS, CONTRAINTES DE L'ETAT ET SON ROLE EN MATIERE DE PROMOTION D'EXPORTATION**

Le phénomène de la mondialisation<sup>3</sup> ne met pas que les entreprises en concurrence, mais également les Etats. En effet, ces derniers se trouvent dans la nécessité de développer l'emploi, de soutenir la croissance et de se constituer des réserves de changes. Ce qui les conduit à soutenir le développement des exportations. Ce dernier possède des effets positifs macro et microéconomiques que nous allons définir par la suite.

#### **1.1 les effets macroéconomiques**

Les effets macroéconomiques de développement des exportations peuvent être repérés à travers les éléments suivants:

##### **1.1.1. L'équilibre de la balance des paiements**

L'Etat demeure responsable et garant d'une gestion macro-économique saine. En effet, il doit assurer le maintien à long terme de l'équilibre de la balance des paiements<sup>4</sup>. Si en théorie, des mécanismes d'ajustement permettent d'assurer un certain rééquilibrage de la Balance des Paiements. Dans la pratique, ces ajustements s'avèrent souvent insuffisants, et les pouvoirs publics sont obligés d'intervenir à l'aide de politiques économiques destinées à agir sur le commerce extérieur<sup>5</sup>. Solution au problème de la balance des paiements dans la mesure où ces exportations génèrent des ressources en devises qui favorisent les importations et par voie de conséquence les investissements et l'amélioration de la productivité. Pour rééquilibrer la balance des paiements, les pouvoirs publics peuvent et doivent intervenir de façon à stimuler les exportations. Leur intervention peut porter sur des mesures d'information (fournitures auprès des exportateurs et importateurs de documentation, octroi d'aides pour la participation à des foires ou des manifestations commerciales...). Aussi, elle

---

<sup>3</sup> LECERF M., « Les petites et moyennes entreprises face à la mondialisation », Thèse de doctorat en finance, Université de Paris I- PANTHEON – SORBONNE U. F. R. D'ECONOMIE, paris, 2006.P86.

<sup>4</sup> La Balance des Paiements traduit un déficit ou un excédent d'un pays sur le plan des échanges extérieurs.

<sup>5</sup> DIEMER, A. « Principes d'économie politique», Editions Economica, Paris, 2013, P. 362.

peut porter sur des mesures en matière<sup>6</sup> d'assurance et de financement (octroi de garanties à l'exportation, assurance-crédit... Ou sur des mesures fiscales (exemple d'exonération d'impôts des produits exportés). L'équilibre de la balance des paiements est tellement important quelle est imposée aux Etats par le Fonds Monétaire International. Or, l'équilibre de la balance des paiements est conditionné par l'équilibre de la balance commerciale.

### 1.1.2. L'équilibre de la balance commerciale

La balance commerciale étant un compte qui retrace la valeur des biens importés et ceux exportés par un pays. La comptabilité nationale procède à son calcul en évaluant les importations et les exportations des biens à partir des statistiques douanières des marchandises. Le déséquilibre de la balance commerciale peut être au développement des importations dont le prix augmente. Ce déséquilibre est d'autant plus accru pour les pays qui dépendent encore des exportations hors hydrocarbures. Pour palier le déficit commercial, l'Etat peut miser sur le développement des exportations comme seul levier à actionner pour tendre vers l'équilibre. Pour y parvenir, il est important pour les entreprises de pénétrer les marchés étrangers, et par conséquent d'accroître les exportations. La meilleure stratégie face aux importations est le développement de l'exportation<sup>7</sup>.

### 1.1.3. Les motrices de création d'emplois

Pour remédier au problème de chômage, un pays peut faire état de la promotion des exportations comme objectif principal de sa stratégie d'emploi. Ainsi, dans un pays doté d'une main d'œuvre abondante, les exportations ont un rôle dans l'absorption de cette main d'œuvre. Les zones franches d'exportation<sup>8</sup>, sont considérées comme l'un des instruments centraux de promotion des exportations, de diversification d'activités productives mais surtout de création d'emplois. Car, en créant des zones franches, les pays en développement espèrent que celles-ci leur permettront de résoudre un certain nombre de problèmes économiques auxquels ils sont confrontés. Et réaliser un certain nombre d'objectifs, en particulier ; créer des emplois et atténuer le problème de chômage<sup>9</sup>.

---

<sup>6</sup> LEVRATO N, « Les PME; définition, rôle économique et politiques publiques », Edition De Boeck, Bruxelles 2009.PP.27-39.

<sup>7</sup>DIEMER A. « Principes d'économie politique», Edition Economica, Paris, 2013, P51.

<sup>8</sup> BOST.F, « Les zones franches, interfaces de la mondialisation », Cairn info, *Revue Annales de géographie*, N° 658, 2007, pages 563-575, PP 565-566. Disponible sur : <http://www.cairn.info/revueannaes-de-geographie>.

<sup>9</sup>BOUZIDI.A, « L'après pétrole : mais oui, il nous faut des zones franches d'exportation », le Soir d'Algérie du 02/05/2012 et le site <http://www.commerce-exterieur.gouv.fr/publications1/>

#### 1.1.4. Les exportations facteur de la croissance économique et de création de richesse

La croissance des exportations joue un rôle moteur de l'expansion. Elle introduit la notion des « débouchés préalables »<sup>10</sup>, en soulignant que la prise de conscience par les entreprises de l'existence d'une demande préalable. Et aussi la certitude de l'expansion possible des débouchés externes, les incitent à accroître leur production et leurs investissements ce qui induit à une création de richesse.

Les exportations se traduisent par des entrées de devises. Cela génère des revenus, et entraîne une demande supplémentaire. Cette demande suscite un accroissement de la production nationale. Cet accroissement de production génère de nouveaux revenus. Plus précisément, en se référant à la notion de multiplicateur de Keynes, à côté du multiplicateur de l'investissement, il existe un multiplicateur de commerce extérieur, qui signifie qu'à une variation du montant des exportations correspondent à un accroissement du PIB<sup>11</sup>, C'est ainsi, que la libéralisation des échanges crée des opportunités d'exportations qui déclenchent un effet multiplicateur bénéfique.

#### 1.1.5. Une source de l'innovation et de dynamisme des entreprises

Malgré les ressources limitées des entreprises, souvent évoquées pour expliquer les difficultés à conquérir les marchés internationaux, bien qu'un certain nombre de ces entreprises réussissent à se tailler une place sur la scène internationale. Ces entreprises consacrent une part importante de leurs chiffres d'affaires à la recherche et développement (R&D). En possèdent une main d'œuvre qualifiée. En plus ces entreprises travaillent en collaboration étroite avec les milieux gouvernementaux mais aussi paragouvernementaux comme les universités<sup>12</sup>.

### 1.2 Les effets microéconomiques

Le développement des exportations entraîne une présence de plusieurs facteurs, nous les avons résumés en deux comme suite.

#### 1.2.1. La nécessité pour l'Etat d'accompagner les entreprises dans leur développement international

Plusieurs manières pour accompagner les entreprises dans leurs stratégies de développement existent. L'Etat peut et doit donc intervenir par les différents mécanismes pour encourager activement l'internationalisation des entreprises, en veillant à la diffusion des informations sur les

---

<sup>10</sup> BETOU-MOSE.E, « A propos d'une étude récente sur le problème de la croissance » *Revue économique*, N°38-4, volume 38, 1963, pages 315-336, pp.323-325. Pour plus de détail consultez le site web : [www.persee.fr](http://www.persee.fr).

<sup>11</sup> MANTOUSSE.M et al, « 100 fiches pour comprendre les sciences économiques », Editions Bréal, Paris, 2005, p. 173.

<sup>12</sup> LEFEBVRE É et al, « performance à l'exportation et innovation technologique dans les PME manufacturières », *Revue d'économie industrielle*- n° 77, 3ème trimestre 1996, pages 70-81, p. 70.



marchés internationaux et sur la technologie. De nombreux organismes dans différents pays ont joué un important rôle en matière de promotion des exportations des entreprises. L'exemple le plus accompli dans ce domaine est le JETRO japonais (Organisation Japonaise pour le commerce extérieur et la Recherche)<sup>13</sup>. Cette organisation, en possédant un grand nombre de bureaux à l'étranger, elle a contribué d'une manière considérable au développement des exportations japonaises, puisque ils sont entièrement voués à porter assistance aux exportateurs sur les marchés étrangers. L'objectif est de garantir le jeu concurrentiel sur le marché national, Cela vient remettre en cause le comportement de certaines firmes qui profitent d'un positionnement sur le marché domestique sans tenter d'aller chercher les gains de productivité à l'étranger.

### 1.2.2. Le rôle de la politique commerciale

La politique commerciale ne peut pas être mise en dehors des stratégies de développement, elle est un élément incontournable, puisqu'elle contribue à l'approfondissement et au renforcement du réseau institutionnel nécessaire au développement. Ainsi, une politique commerciale judicieuse est celle qui veille à l'ouverture internationale de toutes les industries où le pays possède un avantage concurrentiel national. Puisque ce dernier ne peut se traduire en gains de productivité que si son industrie jouisse d'une ouverture sur les marchés étrangers. C'est pourquoi, il reste un des objectifs prioritaires de tout gouvernement de garantir aux entreprises nationales l'accès à tous les marchés. Il s'agit donc pour tout gouvernement non pas de protéger ces entreprises mais d'encourager leur ouverture sur les marchés à l'exportation.

## 2 FACTEURS PERMISSIFS ET CONTRAIGNANTS POUR LE DEVELOPPEMENT DES EXPORTATIONS

L'internationalisation des entreprises est motivée par des facteurs externes liés à son environnement externe. Cependant, ces facteurs sont de deux types; les facteurs permissifs qui attirent les entreprises vers les marchés internationaux<sup>14</sup>, alors que les facteurs contraignants les poussent à aller vers ceux-ci. Nous allons identifier ces deux types dans les développements qui suivent.

### 2.1. Les facteurs permissifs

Les entreprises nationales se trouvent de plus en plus menacées sur leur marché national, elles échappent alors à la concurrence en pénétrant de nouveaux marchés, notamment à travers les

---

<sup>13</sup>PORTER.M, « L'avantage concurrentiel des nations », Edition Inter, Paris, 1993, P. 638.

<sup>14</sup>LEMAIRE J-P, « Stratégies d'internationalisation », Editions Dunod, Paris, 1997, PP,26-76.

exportations qui s'avèrent nécessaires pour la pérennité des entreprises et la prospérité des économies nationales.

### 2.1.1. La libéralisation des échanges internationaux

Globalement entre 1947 et 1994 les négociations dans le cadre du GATT ont abouti :

- ❖ A réduire les tarifs douaniers notamment pour les produits manufacturiers ;
- ❖ A réduire les différentes barrières non tarifaires (les interdictions d'importations, les quotas, les contingentements, les normes spécifiques ; techniques, sanitaires, environnementales).

Cette libéralisation a eu pour conséquences, une forte croissance du commerce international et l'augmentation de la production manufacturière, ainsi que le phénomène d'insécurité qui règne dans la plupart des pays en développement. Le mouvement de libéralisation s'est poursuivi dans le cadre des négociations au sein de l'organisation mondiale du commerce (OMC). Ces négociations se poursuivent principalement dans les domaines de l'agriculture, le textile, et les services. De ce point de vue, la libéralisation des échanges constitue donc une véritable opportunité que doivent saisir les entreprises pour se lancer à l'international.

### 2.1.2. La baisse des coûts de transport internationaux

La révolution industrielle au XIX<sup>ème</sup> siècle a induit au progrès techniques. Car, les moyens de transport aériens et maritimes ont connu de nombreuses améliorations qui ont permis de les rendre plus rapides et moins coûteux. Ce qui a permis aux entreprises de maîtriser les coûts de logistique. Ce gain de coût se traduit soit, par l'augmentation du nombre d'entreprises exportatrices, ou soit par l'accroissement des ventes de chaque exportateur en place. La complémentarité des transports et des communications favorise la coordination interentreprises. En particulier avec les fournisseurs, avec les clients et les sous-traitants grâce à la complémentarité des transports et des communications(TIC). Cette complémentarité présente donc des opportunités pour les entreprises voulant se développer à l'international et pénétrer des marchés lointains.

### 2.1.3. Emergence de nouveaux marchés

L'émergence de nouveaux marchés caractérisés par une croissance soutenue et rapide entraîne l'augmentation de la demande<sup>15</sup>. Ce qui favorise la diversification des exportations de nombreuses entreprises et constituent leurs importants débouchés. C'est ainsi que ces entreprises surmontent la contrainte de l'étroitesse de leurs marchés intérieurs, et profiter des économies

---

<sup>15</sup> CROUE.C, « Marketing International », Editions De Boeck, Paris, 2006, P. 126.

d'échelle grâce aux marchés internationaux. Ceci dit, désormais les clients potentiels se trouvent aussi à l'échelle mondiale.

#### 2.1.4. La globalisation financière comme un atout pour l'internationalisation des entreprises :

Le libéralisme a donné une mobilité internationale des capitaux, ce qui a renforcé durant ces dernières années la globalisation financière<sup>16</sup>, cette dernière a intégré un système financier domestique d'un pays avec celui du marché international, et donc elle présente des opportunités aux entreprises voulant se lancer à l'international. Notamment en élargissant la gamme des sources de financement ( il y a plus de manque de financement)<sup>17</sup>.

#### 2.1.5. La multiplication des accords régionaux

La formation des régions commerciales permettent une allocation plus efficiente des ressources et la possibilité d'un plus grand choix de facteurs de production. En effet, l'élimination des obstacles tarifaires et non tarifaires qui permettent l'accroissement de la demande, et d'offrir aux consommateurs un choix de produits variés (un important signal entre consommateur et producteurs). L'ouverture des marchés dans le cadre d'une politique commerciale au sein d'un groupement commercial régional réduit la protection d'industries inefficientes. Notamment dans les pays en développement, cela peut donc rationaliser des industries entières à travers une réallocation des ressources. Par ailleurs, en créant de vastes marchés, l'intégration régionale pouvait permettre à des petites entreprises d'atteindre leur taille optimale, d'où une baisse des coûts moyens mais aussi des prix pour les consommateurs<sup>18</sup>. Qui contribue donc à réduire les coûts commerciaux, qui constituent un véritable obstacle aux entreprises voulant percer sur les marchés extérieurs. Ces accords permettent :

- ❖ D'unifier et étendre le marché ;
- ❖ D'obtenir des économies d'échelle et la réduction des coûts ;
- ❖ De devenir compétitifs dans la région puis par rapport au reste du monde.

---

<sup>16</sup> La globalisation : se définit comme l'intégration des activités productives et commerciale dans un système de marché global et dans un contexte d'une multiplicité de liens et d'interconnexion entre les Etats, et les sociétés qui forment le système mondial. Elle suppose l'ouverture et la liberté des marchés qui s'accompagne de mouvement d'investissement (IDE) et de la mobilité accrue du capital, et donc de processus de transnationalisation des stratégies des firmes avec le développement de la technologie et de la connaissance des technique d'information et de communication.

<sup>17</sup> NIVOIX.S et PEPIN.D, « Intérêt et limites des la globalisation comme processus créateur d'investissement », Paris, 2008, p. 2. Tiré du site : [seco.univ-poitiers.fr/recherpubli/doctravail/M2008-04.pdf](http://seco.univ-poitiers.fr/recherpubli/doctravail/M2008-04.pdf) consulté le 31/05/2013 à 21h40.

<sup>18</sup> KARMAN.K, HALLE.M, « Renforcer l'intégration économique régionale pour le développement de l'Afrique », Conférence des nations unies sur le commerce et le développement « Le Développement Economique en Afrique Rapport », Genève, 2009, p. 6. Disponible sur : [unctad.org/fr/docs/aldcafrica2009\\_fr](http://unctad.org/fr/docs/aldcafrica2009_fr). Consulté le 31/05/2013 a 16h20.

### 2.1.6. Identification des segments négligés

Il convient aux entreprises nationales de trouver et d'occuper tous espace libre pour pouvoir pénétrer les marchés voisins. Car ces segments peuvent être une cible potentielle pour les entreprises des pays en développement<sup>19</sup>.

## 2.2. Identification des facteurs contraignants

Une fois les facteurs qui permettent aux entreprises de pénétrer de nouveaux marchés, nous allons dans ce qui suit nous rappeler les principaux facteurs qui poussent ou rend obliger ces entreprises à aller au-delà de leurs frontières.

### 2.2.1. Le changement technique et effets de la mondialisation

Un nouveau paradigme technologique a provoqué de profondes mutations des bases technologiques, avec lequel on met la différence entre pays avancés et les pays en développement. La mondialisation a intensifié la concurrence internationale et les entreprises nationales qui se trouvent attaquées sur leur marché. Ainsi, l'arrivée des firmes étrangères sur le territoire national, fragilise des positions détenues depuis longtemps par les entreprises nationales. Ces dernières sont donc dans l'obligation de retrouver des débouchés sur des marchés étrangers, souvent voisins<sup>20</sup>. Néanmoins, les entreprises nationales seront exposées à une concurrence féroce sur leurs marchés, d'où la nécessité d'échapper à cette dernière, en cherchant à vendre ses produits sur un marché plus large.

### 2.2.2. La concurrence internationale

L'une des contraintes auxquelles sont exposées les entreprises sur leurs marchés nationaux. C'est ce qui les pousse à chercher des opportunités qui se présentent à l'extérieur de celui-ci. La présence des IDE dans les marchés locaux représente une menace aux entreprises nationales puisqu'elles peuvent proposer des offres novatrices à des prix avantageux aux clients, ces dernières ont la possibilité de réduire leurs coûts de facteurs de productions. Par conséquent, il est important pour les entreprises nationales attaquées sur leur marché domestique, d'échapper à cette concurrence féroce, en s'ouvrant sur l'international.

## 3. IDENTIFICATION DE MESURES ET DISPOSITIFS D'APPUI

A chaque marché des normes propre à lui, des barrières à l'entrée et à la sortie et les obstacles interdisant ou entravant son accès. L'accompagnement des entreprises, est une priorité des pouvoirs publics elle tant dans leurs projets de développement dans le cas des situations de

---

<sup>19</sup> PORTER M., Op.cit., P. 661.

<sup>20</sup> CROUE C., Op.cit.P.126.

difficultés qui apparaissent dans le respect des règles de la concurrence. Pour ce faire, l'Etat et ses établissements spécialisés disposent de nombreux outils<sup>21</sup> leur permettant d'apporter une meilleure assistance aux entreprises.

### 3.1. Mesures prises par les pouvoirs publics

Dans les différentes politiques existantes différentes mesures sont prise par les pouvoirs publics que nous détaillerons dans ce qui suit.

#### 3.1.1. En matière de la politique de change

Il s'agit d'établir un taux de change de la monnaie nationale qui va favoriser les exportations nationales. Une dévaluation compétitive peut être effectuée en modifiant la parité de la monnaie nationale. En effet, la dévaluation a des effets sur les volumes et sur les prix des produits importés et exportés<sup>22</sup>.

#### 3.1.2. La politique douanière

Certains pays mettent en place des dispositifs spécialisés et plus simples à administrer. À savoir, une ristourne de droit de douane et l'octroi de licences à l'importation. Ils procèdent aussi à la modernisation de l'administration douanière permettant une meilleure adaptation de ses services aux besoins et attentes des exportateurs.

#### 3.1.3. La politique fiscale dans le cadre de promotion des exportations

L'intervention peut être en matière de fiscalité, en faisant ainsi baisser la pression fiscale au sein des entreprises exportatrices. La fiscalité devient un véritable instrument pour les pouvoirs publics renforçant la compétitivité des entreprises et jouer sur la concurrence.

Cela peut se traduire en<sup>23</sup> :

- L'exonération de TVA du produit exporté ;
- La réduction ou la suppression de certaines taxes<sup>24</sup>.

---

<sup>21</sup> Organisation de Coopération et de Développement Economique, « chapitre 1 : Caractéristiques et importance des PME », *Revue de l'OCDE sur le développement* Février 2004 (n°5), pages 30-39, p.37. URL: [www.cairn.info/revue-de-l-ocde-sur-ledeveloppement-2004-2-pages-37.htm](http://www.cairn.info/revue-de-l-ocde-sur-ledeveloppement-2004-2-pages-37.htm). Consulté le 01/06/2013 à 20h17.

<sup>22</sup> Effets sur les prix: si la monnaie nationale est dévaluée, les prix des produits importés (exprimés en cette monnaie) augmentent. Dans le même temps, les prix des produits exportés (exprimés en devises) baissent.

Effets sur les quantités : ils sont directement liés aux premiers, car la hausse des prix des importations va réduire le volume des achats à l'étranger, mais dans le même temps, la baisse des prix des exportations nationales exprimés en devises va permettre de conquérir les parts de marché, et donc d'accroître le volume de ces exportations.

<sup>23</sup> Tiré du site : [www.consulat-algerie-montpellier.org](http://www.consulat-algerie-montpellier.org).

<sup>24</sup> Exemple : dispenser de ce type de versement de taxe pour les entreprises réalisant des investissements prioritaires. D'une durée de 3 ans.

#### 3.1.4. La politique de crédit

Les exportations sont des opérations complexes et risquées, et les banques peuvent hésiter à les financer. La solution donc pour ces entreprises réside souvent dans le soutien de l'Etat. Ce dernier prend plusieurs formes :

- ❖ La bonification des taux d'intérêt sur les crédits à l'export ;
- ❖ Accord de crédit à la production destinée à l'exportation ;
- ❖ Le crédit d'impôt export, pour encourager les PME à exporter avec prospection des marchés étrangers<sup>25</sup>.

#### 3.1.5. La politique d'assurance à l'exportation

Une assurance est une garantie accordée par un assureur à un assuré de l'indemniser d'éventuels dommages, moyennant une prime ou une cotisation, elles encouragent les exportateurs à se prendre des défis car elle les protège des hauts risques. Les Etats pour promouvoir donc leurs exportations, créent ou soutiennent la création des sociétés d'assurance. Ces dernières garantissent aux exportateurs les crédits octroyés (contre le risque de défaillance de son client étranger, Les organismes d'assurance-crédit ont un rôle important pour soutenir les entreprises dans leur démarche export. C'est le cas de la Coface en France, de la Cagex en Algérie). Leur démarche se caractérise par de longue durée et coûts élevés de prospection. Les dépenses couvertes par ces garanties concernent : Les études de marché, les déplacements et séjours à l'étranger, les frais d'adaptation de produits, les participations à des manifestations à l'étranger, enfin les coûts liées aux démarches et des relations avec l'organisateur du salon. L'assurance prospection est un dispositif public géré par les organismes de garantie pour le compte de l'Etat<sup>26</sup>.

En plus des dispositifs précédemment cités, l'Etat peut accentuer sa politique en faveur des entreprises exportatrices en encourageant des groupements d'entreprises et la relation PME/Grandes entreprises. Elle met en place des structures et des politiques qui permettent le renforcement de leur compétitivité à l'exportation suite à leur intégration dans un réseau d'entreprises multinationales.

Ce réseau peut être sous forme de parrainage<sup>27</sup>, ou par groupement des PME à l'export qui offre le partage des frais de création et de certaines dépenses que génèrent les opérations d'exportation. L'Etat peut par la création de sociétés de commerce international (S.C.I) qui

---

<sup>25</sup>ROUBAUD J. F., « Gagner la bataille de l'exportation avec les PME » les avis du Conseil Economique, Social et Environnemental au nom de la section de l'affaire européenne et internationale, les Editions des JOURNAUX OFFICIELS, Paris, 2012, P. 25.

<sup>26</sup>MEDEF, « L'indispensable de l'export : les dispositifs d'appui et les interlocuteurs de l'export » - Commission International - juillet 2008, p 32. Disponible sur le site : [www.medef.com](http://www.medef.com).

<sup>27</sup>Technique consiste pour une entreprise souvent une PME, (le porté) voulant aborder un marché étranger, de contracter avec une grande entre ; prise déjà installée sur ce marché (le porteur) et qui l'aidera à le pénétrer. Cela permet au porté de bénéficier de l'expérience du porteur, de son savoir-faire et de son réseau de distribution.

possèdent des représentants dans un grand nombre de pays, elles recherchent des débouchés pour vendre les produits des entreprises nationales sur les marchés étrangers et peut s'occuper elle-même par la vente des produit locaux à l'international.

Les pouvoirs publics, dans le cadre de leur politique de soutien aux exportations, mettent en place différents dispositifs et structures qui visent à faciliter l'accès aux informations utiles pour les entreprises. Afin qu'elles puissent minimiser les coûts et les risques liés à l'internationalisation par la mise en place des réseaux publics d'information, ou de création de zones franche <sup>28</sup>(d'exportation, commerciales, industrielles et touristiques).

## **Section 2 : LE PHENOMENE D'INTERNATIONALISATION : THEORIES ET PROCEDURES**

Dans cette section nous allons identifier l'ensemble des actions et des choix qui permettent à toute entreprise souhaitant se développer à l'international, de pénétrer un marché étranger, de le rentabiliser et d'y construire une certaine position dans le temps. Pour y parvenir l'adoption du marketing international<sup>29</sup> trouve sa totale nécessité. L'internationalisation est une stratégie de développement d'une entreprise en dehors de son marché national. Elle peut s'exprimer par la présence d'unités de production dans différents pays et par la conquête de multiples marchés nationaux. Elle procure des avantages concurrentiels et permet de répartir les risques entre plusieurs pays.

Nous allons dans cette section nous intéresser aux stratégies d'exportations considérées comme forme traditionnelle de l'engagement international d'une entreprise. Et les avantages que procure l'activité d'exportation. Nous allons donc présenter les principales théories d'internationalisation des entreprises, avec leurs motivations à l'export et enfin nous allons identifier les choix stratégiques empruntés par les entreprises dans leurs démarches export<sup>30</sup>.

### **1 LES PRINCIPALES THEORIES DE L'INTERNATIONALISATION**

Il convient de rappeler les différentes approches théoriques du processus du développement international des firmes, afin de mieux comprendre l'importance des stratégies d'exportation dans le processus d'internationalisation des entreprises.

---

<sup>28</sup>Tiré du lien: <http://www.commerce-exterieur.gouv.fr/publications1/>

<sup>29</sup>Le marketing international est un processus économique et social par lequel les individus et les groupes satisfont leurs besoins et leurs désirs au moyen de la création de l'offre et de l'échange avec l'autrui de produits et services de valeur.

<sup>30</sup>JOFFRE P., « L'entreprise et l'exportation », Editions Vuibert, Paris, 1987, p. 10.

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

Développée par Vernon<sup>31</sup> qui remonte aux années soixante, la théorie du cycle de vie international de produit selon lui, le produit vit depuis son lancement différentes phases : période de croissance, période de maturité (quand les ventes sont les plus élevées), et enfin la phase de déclin. La durée de chaque phase dépend du type de produit.

### 1.2. L'approche behavioriste de l'internationalisation

L'entreprise tout au long de sa présence à l'étranger perçoit de mieux en mieux les opportunités et les menaces, en fonction de son savoir et de son expérience. Elle prend la décision d'intensifier ou de modérer son engagement.

Cette approche propose deux modèles du processus d'internationalisation dont le modèle d'Uppsala développé par l'école suédoise suite aux travaux réalisés par JOHANSON et VAHLEN (1977)<sup>32</sup>, et le modèle d'Innovation par Bilkey et al en 1977, puis développé par Cavusgil et al, 1981<sup>33</sup>.

#### 1.2.1. Le modèle d'Uppsala

Il représente aujourd'hui la référence dans l'étude de l'internationalisation des entreprises. C'est un processus progressif, qui s'effectue par quatre étapes<sup>34</sup> :

- ❖ L'entreprise n'a pas d'activités d'exportation régulières ;
- ❖ Les exportations via un agent indépendant ;
- ❖ L'entreprise crée une filiale commerciale sur le marché étranger ;
- ❖ l'entreprise procède à la production dans le pays étranger.

L'engagement des ressources se fait graduellement sur la base de l'information et de l'expérience acquises, ce modèle repose sur les concepts à savoir la distance psychique<sup>35</sup> et l'apprentissage graduel<sup>36</sup>.

---

<sup>31</sup>MERCIER-SUISSA C, « L'essentiel des stratégies d'internationalisation de l'entreprise », Editions Gualino, Paris, 2000, p. 77.

<sup>32</sup>KHAYAT.I, « L'internationalisation des PME : vers une approche intégrative » 7<sup>ème</sup> congrès international francophone en entrepreneuriat et PME, Montpellier le 27-29 Octobre 2004, P. 5. Disponible sur le site: [www.airepme.org](http://www.airepme.org).

<sup>33</sup>PISAREK.W, « Stratégies d'internationalisation des PME : les apports en termes de conceptualisation du processus », Master 2 en Economie Industrielle, Université Paris 1 PANTHEON-SORBONNE, Paris, 2011, p. 43.

<sup>34</sup>LEVRATO.N, « Les PME; définition, rôle économique et politiques publiques », Editions de boeck, Bruxelles 2009, p. 119.

<sup>35</sup>La distance psychique : renvoie par exemple à la langue, au niveau d'éducation, à la façon de faire des affaires ou même au développement industriel. Cette distance psychologique est souvent corrélée avec la proximité géographique.

<sup>36</sup>Apprentissage graduel est par définition, une source du caractère incrémental de l'internationalisation. Le risque lié à l'engagement des ressources est souvent irréversible et impose à l'entreprise une grande prudence. L'apprentissage graduel apporte à cet effet une réponse à différentes difficultés. Il permet notamment à l'entreprise d'adopter ses routines en fonction des événements qui se produisent.



1.2.2. Le modèle d'Innovation : Explique les étapes d'adoption d'un nouveau produit dans le processus d'internationalisation. Cette conception a été retenue par plusieurs auteurs. Le modèle le plus connu est celui de Bilkey et Tesar (1977). Ils résument le processus d'internationalisation selon six stades présentés dans le Tableau suivant :

**Tableau n°01 : L'internationalisation en six étapes développées par Bilkey et Tesar (1977)**

Stades	Caractéristiques de l'entreprise
Stade 1 :	L'entreprise n'est pas intéressée par l'export et ne répond même pas à une commande non sollicitée.
Stade 2 :	Elle est prête à répondre à une commande non sollicitée, mais ne fait aucun effort pour explorer la possibilité de développer une activité d'exportation.
Stade 3 :	Elle explore activement la possibilité de développer une activité d'exportation.
Stade 4 :	Elle exporte sur une base expérimentale vers des marchés proches psychologiquement.
Stade 5 :	Elle adapte son niveau d'exportation de manière optimale, on peut la caractériser d'une exportatrice confirmée.
Stade 6 :	Elle explore les possibilités de développer une activité d'exportation vers des pays psychologiquement plus distants.

**Source:** KHAYAT.I, « L'internationalisation des PME : vers une approche intégrative » 7<sup>ème</sup> congrès international francophone en entrepreneuriat et PME, Montpellier le 27-29 Octobre 2004, p.7.

En résumé, trois phases peuvent être retenues à partir de la lecture du tableau n°1 : le pré-engagement, la phase initiale, la phase avancée<sup>37</sup>.

### 1.3. L'approche par les réseaux

Depuis le début des années 1990<sup>38</sup> vue l'importance relations qu'entretient une entreprise avec son environnement une place importante a été donné au « réseau d'affaires<sup>39</sup> » dans le processus d'internationalisation. Johanson et Vahlne (2009) ont proposé une nouvelle version de

<sup>37</sup>Les trois phases sont :

❖ Le pré-engagement : Ou nous pouvant trouver des firmes qui s'intéressent uniquement au marché local, ou des firmes qui activent sur le marché national mais envisage d'exporter, aussi les firmes qui exportaient déjà dans le passé mais ne le font plus.

❖ Phase initiale : une exportation irrégulière des firmes, les firmes donc ont le potentiel d'activer à l'étranger.

❖ Phase avancée : Des firmes qui exportent régulièrement avec une expérience étendue à l'étranger, et des firmes envisagent d'autres formes du développement international.

<sup>38</sup> GREEN.A, RUSSO.F, PAPI.L « Développement des systèmes productifs locaux et de réseaux de PME » : le programme de l'Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel, guide sur le consortium d'exportation, Vienne, 2003. P5.

<sup>39</sup> Le réseau d'affaires est défini comme l'ensemble des relations variées, proches et durables [de la firme] avec des fournisseurs et des clients importants.

leur modèle initial (1977). En outre, les réseaux de contacts formels et informels entre les acteurs sont aussi importants dans le processus d'internationalisation des entreprises. En effet, ce dernier est facilité par les réseaux du fait qu'ils favorisent l'insertion des entreprises dans les échanges internationaux.

#### 1.4. L'approche de l'entreprise par les ressources et les compétences

« Resource based view of the firm<sup>40</sup> » en anglais, représente un outil d'analyse des entreprises dans le management stratégique. Selon cette théorie pour s'internationaliser, l'entreprise doit disposer de ressources non accessibles par le marché. Ces dernières lui permettent de développer des compétences distinctives, notamment en R&D, en technologie, en design, et en distribution. Ces compétences distinctives permettent ainsi de construire un avantage exclusif, difficile à transférer, et difficile à imiter (avantages concurrentiels et avantages spécifiques)<sup>41</sup>

#### 1.5. La théorie des coûts de transaction

Développée par Coase en 1937<sup>42</sup> pour identifier les différents coûts engendrés suite au recours au marché : les coûts de recherche d'informations, les coûts de négociations et de décision et les coûts de surveillance et de contrôle. Williamson distingue deux types de coûts de transaction : les coûts ex-ante, et les coûts ex-post.

##### 1.5.1 Les coûts ex-ante

Avant d'effectuer des activités en collaboration avec l'environnement externe. L'entreprise passe par une période de recherche d'information, et par l'établissement des cahiers des charges, de recherche des futurs partenaires, de dépouillement des offres. Tout sa, nécessite de conclure différents contrats qui engendrent des dépenses lors de leurs conclusion. (Coûts liées à la rédaction, à la négociation, aux garanties accords signés).

##### 1.5.2 Les coûts ex-post

Constituent les coûts d'administration, de surveillance et de contrôle mis en place par les contractants afin de veiller au respect des clauses contractuelles. Ces coûts sont liés aux coûts de

---

<sup>40</sup>QUELIN.B, ARREGLE.J-L, « Le management stratégique des compétences », Ellipses Editions Marketing, Paris, 2006, p. 64.

<sup>41</sup> Les avantages concurrentiels de l'entreprise servent du point d'appui à l'internationalisation.

Les avantages spécifiques peuvent être tangibles notamment en termes de technologie, et de taille, et intangibles en termes de savoir-faire organisationnel et managérial. Ainsi, ceux qui ont plus d'avantages spécifiques peuvent bénéficier d'une internationalisation précoce, avant les autres.

<sup>42</sup>OLGA.B, « L'économie de l'entreprise », Editions LE Seuil, Paris, 2003, p. 67.

marchandages<sup>43</sup> occasionnés, si des efforts bilatéraux sont réalisés pour corriger des divergences ex-post. Nous avons des coûts liés au retrait d'un des contractants, aux coûts d'organisation et de fonctionnement associés aux structures de gouvernance auxquelles les conflits s'adressent. Ils peuvent apparaître lorsque des clauses de résolution de conflits n'ont pas été prévues lors de la signature du contrat. L'apport de cette théorie est de comprendre l'ensemble des coûts que supporte l'entreprise dans le cadre de son développement international notamment à travers le développement des exportations. En effet, l'exportation s'accompagne d'un ensemble de coûts supportés lors d'intégrer les marchés étrangers où elle se trouve face à un environnement où l'incertitude est renforcée par des différences culturelles, réglementaires, légales, et par les comportements et les goûts des consommateurs.

## 1.6. La théorie de Dunning

Pendant les deux dernières décennies, Dunning combine trois facteurs pour identifier les différents modes d'entrée sur les marchés étrangers. Il explique que le choix entre la licence, l'exportation et l'investissement direct étranger est guidé par trois avantages (L'avantage de l'internalisation, L'avantage de localisation, L'avantage de propriété ou spécifique) que nous verrons en détails.

### 1.6.1. L'avantage de propriété ou spécifique (Ownership advantage)

Correspond aux avantages spécifiques de la firme ; innovation technologique, la capacité à mobiliser des financements, l'information, la capacité à organiser la production sur plusieurs phénomènes.

### 1.6.2. L'avantage de localisation (Location advantage)

La firme sélectionne les pays selon les avantages spécifiques qu'ils offrent, notamment la disponibilité et la qualité des facteurs de production, et la taille de marché visé.

### 1.6.3. L'avantage de l'internalisation (Internalization advantage)

Correspond à ce que bénéficie l'entreprise à l'international par exemple : une organisation hiérarchique qui permet de faciliter les contrats complexes. et d'éviter les comportements opportunistes de la part des acteurs qui se situant proches du contrôle de ceux-ci et réduit l'incertitude.

---

<sup>43</sup>Obtenir quelque chose à un meilleur prix.

Une entreprise voulant donc passer à un niveau plus complexe au-delà des frontières de son pays, devra combiner ces trois avantages pour qu'elle puisse déterminer la forme dans laquelle va entrer dans le marché étranger<sup>44</sup>.

## 2. MOTIVATIONS DES ENTREPRISES A S'INTERNATIONALISER

Il se peut où l'entreprise n'a pas le choix, et se trouve dans l'obligation de à se lancer à l'international. Par conséquent la concurrence ne cesse d'y croire et devient de plus en plus accrue. Parmi ces facteurs qui peuvent inciter ou pousser l'entreprise à s'internationaliser seront développés dans ce qui suit.

### 2.1. Vers la recherche de croissance et de nouveaux débouchés

La théorie du cycle de vie de produit telle que nous l'avons vue précédemment illustre bien ce type de motivation. L'analyse de VERNON, repose à l'origine sur l'existence des coûts de production et de niveaux distincts de revenus entre les pays. L'entreprise qui innove possède un avantage technologique qu'elle valorise d'abord sur son marché puis sur le marché étranger en exportant ses produits ou carrément les produire à l'étranger.

A cet égard, Nous nous intéressons à la phase de maturité, car elle est considérée comme phase du développement de l'exportation. Dans cette phase, l'entreprise voit l'intensification de nombre de concurrents et la part de marché que ces derniers détiennent<sup>45</sup>. L'accroissement des quantités produites et la baisse des prix de vente, incitent l'entreprise à prolonger son avantage compétitif en exportant afin de rallonger la durée de vie de produit étant donné que les stades de développement, et les structures économiques différent d'un pays à l'autre.

### 2.2. La recherche d'une meilleure répartition des risques

Le ralentissement de la croissance économique dans le pays d'origine incite l'entreprise à compenser cette baisse de la demande locale, en satisfaisant les commandes en provenance de l'étranger. L'exportation permet donc de répartir les risques conjoncturels. Pour pouvoir répartir au mieux les risques qui naissent suite à la conjoncture économique, l'entreprise peut procéder à la régulation de ses ventes par la diversification géographique, en exploitant les décalages géographiques et climatiques entre les différents pays. D'autres risques comme la concurrence et ceux de la phase de maturité du produit évoqué précédemment, pour remédier l'entreprise devra être présente à l'international or observer le niveau et types de concurrents pour s'y préparer.

---

<sup>44</sup> Si la firme possède l'avantage de propriété à lui seul, la forme de développement international privilégiée est la cession de brevet et de licence.

Si la firme possède l'avantage spécifique et celui d'internalisation et pas celui de localisation, la firme passe donc à l'exportation

Si la firme bénéficie de ces trois types d'avantages, l'IDE sur le marché ciblé.

<sup>45</sup> MERCIER-SUISSA.C et al. Op.cit., p. 81.

### 2.3. La recherche de l'exploitation des économies d'échelle

Elles se réalisent lorsque l'accroissement du volume de production induit la baisse des coûts unitaires moyens. Ou le coût de revient d'un bien tend à diminuer au fur et à mesure que l'échelle de la production s'accroît<sup>46</sup>.

### 2.4. La recherche d'une meilleure productivité

Les entreprises exportatrices bénéficient de gains de productivité entraînés par leur entrée sur les marchés d'exportation. Cela s'explique par des effets d'apprentissage sur les marchés étrangers, ce qui permet aux entreprises impliquées dans les exportations d'obtenir un taux de croissance de la productivité plus élevé.

### 2.5. L'amélioration de la santé financière de l'entreprise

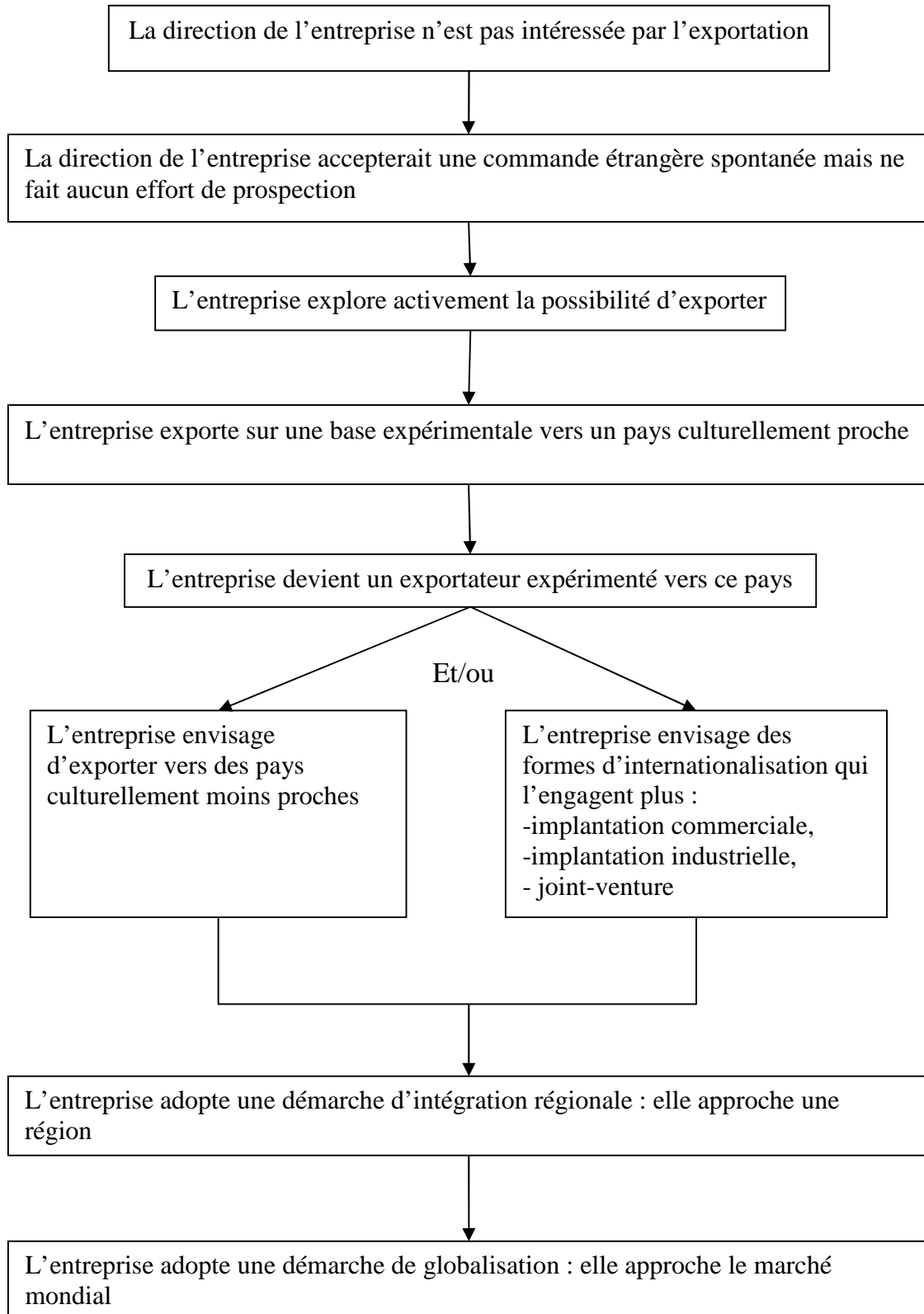
Une relation positive entre exportations et santé financière existe. Elle s'explique d'un côté par le fait d'exporter, peut améliorer l'accès aux financements externes pour une entreprise. Et d'un autre côté, le fait d'être moins contraintes dans l'accès à ces financements, peut faciliter l'entrée sur les nouveaux marchés d'exportation. Cette relation positive est ainsi rapportée par l'analyse de ce que l'on appelle des « primes à l'exportation ». C'est-à-dire des écarts positifs en faveur des firmes exportatrices et cela pour un certain nombre de caractéristiques : chiffre d'affaires, indices de santé financière, et salaire moyen par employé<sup>47</sup>.

Différentes étapes entrent en jeu dans le processus d'internationalisation à travers l'exportation et elles ont été présentées et résumées dans la figure n°1 dans la page suivante.

---

<sup>46</sup> TORRES-BLAY.O, « Economie d'entreprise ; Organisation, Stratégie et Territoire à l'aube de la nouvelle économie », Editions Economica, Paris, 2004, p. 163.

<sup>47</sup> L'impact des contraintes financières sur les performances à l'exportation des entreprises françaises, disponible sur [www.insee.fr](http://www.insee.fr)

**Figure n°01** : Les étapes à suivre pour les PME dans une démarche export.

Source : BERHO C., « Marketing international », Editions Dunod, Paris, 2002, p. 33.

### 3. LE MARKETING INTERNATIONAL : MARKETING EXPORT

Le marketing international est une partie du commerce international, En effet, il y a lieu d'intégrer les éléments de l'environnement international au niveau du plan stratégique de l'entreprise. Il peut être défini comme « un processus économique et social par lequel les individus et les groupes satisfont leurs besoins et leurs désirs au moyen de la création de l'offre et de l'échange avec l'autrui de produits et services de valeur<sup>48</sup> ». Un ensemble d'actions et de choix devront se faire si l'on souhaite de se développer à l'international, pour pouvoir pénétrer un marché et de le rentabiliser et d'y construire une certaine position dans le temps. Cela se fait évidemment dans le cadre de sa politique de marketing stratégique à l'exportation. En effet, l'objet principal du marketing stratégique à l'exportation est de formuler une stratégie d'exportation visant une présence durable sur les marchés étrangers. Nous développerons les choix stratégiques des entreprises selon plusieurs politiques.

#### 3.1. Le choix des marchés

Une présélection des marchés se fait en se basant sur deux principaux critères à savoir : les critères liés à la situation macroéconomique des pays dans son ensemble, et les critères liés aux risques encourus par l'entreprise sur le marché étranger<sup>49</sup>. A savoir aussi les différentes barrières à l'entrée, ses ressources propres, et donc selon le degré d'attractivité qu'offre ce marché, et c'est l'étape qui prend la plus grande durée.

Parmi les analyses qui devront se faire, l'analyse des caractéristiques des marchés. Où l'entreprise peut choisir les marchés à pénétrer. La figure ci-dessous montre également qu'elle peut donc entrer sur les marchés présentant des caractéristiques semblables (similarité), ou bien sur les marchés dont les caractéristiques diffèrent de celles du marché domestique. Et cela en se basant sur deux critères :

- ❖ L'importance des ressources de l'entreprise (en particulier les ressources financières) ;
- ❖ Les caractéristiques de la production et de la gamme des produits.

#### 3.2. La politique des produits

KOTLER.P dit : « *Un ensemble d'attributs physiques, de services et symboliques qui procurent des satisfactions et des avantages aux clients* »<sup>50</sup> est la définition du produit vue marketing.

---

<sup>48</sup> KOTLER P, DUBOIS.B, « Marketing management », Editions Pearson Education, Paris, 2006.p. 6.

<sup>49</sup> L'analyse de la situation macroéconomique des marchés étrangers doit prendre en considération l'analyse des agrégats macroéconomiques tel que: PNB, PIB/hab, taux de croissances des I, de des ménages, solde de la balance commerciale, taux d'inflation, taux de chômage...

<sup>50</sup> KOTLER.P et DUBOIS.S,Op,cit,p6

L'entreprise fait une analyse technique du produit<sup>51</sup>. Ce dernier doit répondre aux attentes de la clientèle étrangère et pour cela un avantage spécifique imposera son existence. Une analyse sur la qualité des produits déjà existant sur le marché car la commercialisation des produits de haute, de moyenne ou de bas de gamme implique une segmentation des clients en leurs classes économiques<sup>52</sup> sans oublier d'énumérer les contraintes commerciales<sup>53</sup> de ce produit.

L'emballage peut être défini comme « *l'ensemble des éléments matériels qui sans être inséparables du produit lui-même vendus avec lui en vue de permettre ou de faciliter sa protection, son transport, son stockage, sa présentation en linéaire, son identification et son utilisation par les consommateurs* »<sup>54</sup>. L'emballage et le conditionnement<sup>55</sup> doivent répondre aussi aux exigences des clients et des distributeurs, eux qui constituent le premier contact entre le client et le produit de l'entreprise.

### 3.3. La politique de prix

Le prix représente l'un des éléments les plus importants de la compétitivité de l'entreprise, cette dernière oblige l'exportateur à réduire le plus possible ses coûts et le rend compétitif sur le marché.

Différentes approches de fixation de prix à l'export ont été mises en place dont :

❖ L'approche fondée sur la concurrence : C'est une approche par benchmarking<sup>56</sup> : prix fixé par rapport au prix du concurrent le plus direct sur le marché étranger<sup>57</sup>.

❖ L'approche fondée sur les coûts : ou le Prix de vente export = coût de revient complet<sup>58</sup> + marge.

<sup>51</sup> Le produit est il conforme aux réglementations techniques. Cette analyse permet la connaissance du Règlement, le coût de mise en conformité, les retraits et amendes et les poursuites pénales si il y a lieu...

<sup>52</sup> Avantages issus de la qualité du produit :

- Une meilleure rentabilité : grâce à la tarification plus lucrative notamment sur les marchés étrangers. Cette tarification est rendu possible car elle est justifiée par la qualité des produits.
- Une dynamisation des ventes à travers la notoriété de l'entreprise.

<sup>53</sup> L'entreprise veille sur la dénomination de son produit et son étiquetage : ils font partie de la communication internationale de l'entreprise.

<sup>54</sup> LENDREVIE J. et Al : Mercator, « Théorie et pratique du marketing », Edition Dunod, Paris, 2006, p. 256.

<sup>55</sup> Nous distinguons trois types de conditionnement :

- primaire qui contient directement le produit ;
- secondaire qui protège le premier (cas des promotions de vente) ;
- tertiaire qui regroupe des produits et sert au transport.

<sup>56</sup> Peut se réaliser par différentes stratégies: Celle de pénétrations, d'écrémage, dumping, d'alignement et enfin celle du prix véritable.

<sup>57</sup> MAYRHOFER U, « Marketing International », Editions Economica, Paris, 2004, p. 133.

<sup>58</sup> Coût de revient complet = Coût d'achat des matières (prix d'achat des matières + (frais direct d'approvisionnement + frais indirects d'approvisionnement + droits de douane liés aux matières importées) + Coût de production export (coût d'achat des matières consommées + frais d'adaptation technique ou commerciale + charges directes de production + charges indirectes de production.) + Coût de revient export = coût de production export + coût de fonctionnement du service export + frais de prospection des marchés + frais de commercialisation + frais financiers + frais de couverture des risques + frais d'élaboration des documents en fonction des incoterms + frais de pénétration sur le marché, en fonction des incoterms.) + La marge.



❖ L'approche fondée sur la demande: est traduite par la notion d'élasticité-prix de la demande. Elle est mesurée par le rapport de variations relatives de la demande et des prix<sup>59</sup>.

### 3.3.1. La politique de distribution internationale

Le canal de distribution est le sous-ensemble d'un circuit que l'on peut définir comme le chemin à parcourir par un produit quittant la production (fabrication) pour atteindre le client (consommateur) final. Le circuit est une relation de flux entre divers agents économiques, certaines variables doivent être prises en compte, car elles constituent les déterminants du choix de la politique de distribution sur les marchés étrangers<sup>60</sup>:

- ❖ Le comportement du consommateur ;
- ❖ Les modalités de la concurrence au niveau de la distribution ;
- ❖ Le degré de couverture géographique souhaitée par l'entreprise ;
- ❖ Le nombre d'intermédiaires ;
- ❖ Le coût.

L'idée de départ des théories classiques consiste à dire que chaque pays est doté de facteurs de productions en proportions différentes, cette différence de proportions conditionne la nature des échanges du pays, et son commerce extérieur se caractérisera donc par une spécialisation dans l'exportation de ces biens dont la production a été obtenus par la combinaison optimale des facteurs (travail, capital, ressources naturelles).

Néanmoins, plusieurs facteurs peuvent pousser les entreprises à conquérir des clients étrangers, lors d'une demande spontanée ou d'une production excédentaire. Le choix d'internationalisation de l'entreprise va de pair avec la personnalité de son dirigeant avec l'ouverture de son esprit, cependant, quelque soit l'élément déclencheur du processus d'exportation au sein de l'entreprise, cette dernière est menée à bien maîtriser le marché local puis national avant de se risquer sur les marchés étrangers. Ainsi, ce processus d'exportation ne se fait que graduellement, notamment pour les entreprises de moyenne et petite taille (PME).

---

<sup>59</sup>  $E = (\Delta Q/Q) / (\Delta P/P)$ . L'élasticité est égale au pourcentage de variation des ventes pour une variation de 1% du prix de vente.

Dans cette approche le volume de la demande est un facteur important car il se traduit par une tendance à des prix plus sur les marchés à fort volume.

<sup>60</sup>KOTLER P, DUBOIS.B, Op.cit, p. 83.

## **Conclusion du chapitre I**

Le développement des exportations nationales constitue l'un des défis majeurs que doivent relever les pays, en effet, processus de la mondialisation augmente de façon importante les risques liés à l'environnement international, ce qui contraint les pays à mettre en place des politiques judicieuses.

Les exportations représentent le noyau au quel se réfère les entreprise pour se développer, elle devra donc manier les éléments de la stratégie export à l'égard du marketing international au quel l'entité s'appui pour se procurer de meilleurs résultat ; S'internationaliser reste tout de même une activité possédant plusieurs contraintes liées à de grands risques qui doivent être minutieusement évalués.

Enfin, les pouvoirs publics prenant des mesures qui visent à lever ces contraintes et à encourager les entreprises nationales de se tourner plus largement vers l'international, élément développé dans le second chapitre.

## **Chapitre II : PRATIQUES D'APPUIS ET MODES D'APPROCHE A L'INTERNATIONAL**

### **Introduction du chapitre**

La cellule export varie en fonction de la dimension et de la spécificité de l'entreprise, quant à son efficacité, elle dépend du degré d'implication de la direction générale et d'une délégation claire des responsabilités, le succès ou l'efficacité de la cellule export reste tributaire du degré de coordination de cette dernière avec les autres fonctions de l'entreprise exportatrice.

Le but d'une entreprise quand elle exporte sert pour se développer mais elle devrait tout de même qu'elle soit effectivement impliquée et préparée à travailler pour un marché international et répondre à une demande de plus en plus exigeante.

L'objectif de ce chapitre est de revoir la typologie des exportateurs et celle des exportations, et de connaître tous risques et contraintes qui entravent la stratégie d'internationalisation menée par ces exportateurs.

## **Section 1 : TYPOLOGIE DES EXPORTATIONS ET MODES D'APPROCHE DES MARCHES INTERNATIONAUX**

La circulation des facteurs de production sous toutes leurs formes, se traduit par l'extension géographique des échanges, mais également du domaine de ces échanges, car ce mouvement, ne concerne plus seulement, les marchandises, mais englobe les capitaux, la main-d'œuvre, les services et la propriété intellectuelle. Nous allons voir qui est le responsable de cette extension, et de quelle manière s'effectue-elle ?

### **1. TYPOLOGIE DES EXPORTATIONS**

On distingue quatre types d'exportateurs selon la fréquence de leurs exportations, nous avons pu les résumer<sup>1</sup>:

- ❖ Les primo-exportateurs : sont des entreprises qui exportent pour la première fois
- ❖ Les exportateurs occasionnels : sont celle qui exportent de façon discontinue ;
- ❖ Les exportateurs réguliers : sont des entreprises qui ont une capacité orientées pour exporter au moins pendant cinq années consécutives ;
- ❖ Les exportateurs historiques : Caractérisés par des exportations régulières qui peuvent mener à la création de filiales commerciale.

### **2. MODES D'APPROCHE DES MARCHES INTERNATIONAUX**

Après avoir déterminé le marché cible, l'entreprise doit réaliser une analyse des différents modes d'entrée possibles et prioriser les meilleures options avant de démarcher sur le terrain. Le choix<sup>2</sup> de mode d'approche des marchés étrangers par l'entreprise exportatrice dépend de ses objectifs stratégiques qu'elle s'y est fixés. En effet, plusieurs variables peuvent avoir un impact sur ce choix;

Voici quelques aspects fondamentaux qui doivent être examinés<sup>3</sup>:

- ❖ S'informer sur les pratiques commerciales du marché d'exportation et sur la chaîne de valeur privilégiée par les clients potentiels étrangers.
- ❖ Obtenir un avis sur les aspects juridiques et fiscaux majeurs observés dans le marché d'exportation<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> BUIGUES P.A., LACOSTE D, « Stratégies d'internationalisation des entreprises », Editions de Boeck, Paris, 2011, p. 82.

<sup>2</sup> LERNOUX.F, BOSCHMAS.K, BOUYON.F, MARTIN.I, « Internationalisation des PME : Comment réussir à l'étranger », Edition Larcier, paris,2012.

<sup>3</sup> Pris du site : <https://www.desjardins.com/coopmoi/entreprises/fiches-conseils/choisissez-mode-entree-ideal-marches-etrangers/>

<sup>4</sup> Le choix de présence sur ce marché ne peut pas se faire sans tenir compte de son attractivité.

- ❖ Mesurer les barrières culturelles en présence sur le marché et la perception locale de votre produit ou service.
- ❖ Estimer les ressources disponibles, notamment les ressources financières pour développer et fournir le marché visé.
- ❖ Évaluer les forces et faiblesses globales de l'entreprise vis-à-vis du marché d'exportation et celles du produit ou service offert.
- ❖ Anticiper autant que possible les besoins des clients à toutes les étapes du cycle de vente des produits et services.

Quatre modes d'entée sont possibles dont l'approche directe, l'approche indirecte, l'approches hybrides et enfin l'approches qui nécessitent des moyens importants.

## 2.1. Approche directe

Optée généralement par les entreprises voulant à tout prix garder le contrôle de sa politique commerciale<sup>5</sup> et parvenir à une meilleure connaissance de l'évolution des marchés cibles nécessite un investissement financier, et un temps plus important pour mettre en place une structure interne chargée de gérer l'ensemble des étapes de la démarche export<sup>6</sup>. L'exportation directe se distingue de l'exportation indirecte du fait que l'intermédiaire se trouve dans le pays cible. Dans ce cas l'intermédiaire prend d'autres formes, qui sont les suivantes.

### 2.1.1. Le représentant à l'étranger

Le représentant a pour mission de prospecter, de vendre avec la prise de commandes et d'informer l'entreprise sur le marché et la clientèle<sup>7</sup>. Il faut mentionner que le coût de cette formule est élevé, car en plus de la rémunération du représentant salaire fixe et commissions, l'exportateur supporte des frais administratifs et ceux de prospection et de promotion.

### 2.1.2. Bureau de représentation

Il sert à observer le marché et a pour mission d'identifier ses principales caractéristiques, prise de contacte directe avec les clients étrangers en leur faisant connaître les produits. Cette forme de présence est souvent provisoire, elle permet à l'entreprise exportatrice d'évaluer les chances de succès ainsi que la rentabilité d'une future implantation définitive plus lourde<sup>8</sup>.

---

<sup>5</sup> MERCIER-SUISSA.C et BOUVERET-RIVAT.C, « PME: conquérir des parts de marché à l'international »Edition Dunod, 2010, p. 86

<sup>6</sup> GRAUMANN-YETTOU.S, « Commerce international : guide pratique ». Éditions Lexis Nexis, Paris, 2005.p28.

<sup>7</sup> MERCIER-SUISSA C.et BOUVERET-RIVAT C., « L'essentiel des stratégies d'internationalisation de l'entreprise », Edition Gualino, paris, 2007.p43

<sup>8</sup> PASCO-BERHOC, « Marketing International », Editions Dunod, Paris, 2002, p. 168.

### 2.1.3. La succursale

C'est un bureau de représentation d'une entreprise ou d'un établissement à l'étranger. Elle n'a pas de personnalité morale propre. Elle se contente d'informer la société mère et de gérer sur place les commandes et les services après vente. Cette forme présente un certain nombre d'avantages à savoir:

- ❖ La réalisation de la prospection du marché cible;
- ❖ L'obtention de meilleures informations sur l'état du marché;
- ❖ Le suivi des règlements.

Cependant présente les inconvénients suivants;

- ❖ C'est un investissement lourd;
- ❖ Le choix du responsable peut s'avérer difficile;
- ❖ La maison mère court des risques financiers.

### 2.1.4. La filiale commerciale

Contrairement à une succursale, une filiale commerciale est établissement stable à l'étranger, doté d'une raison sociale et d'une personnalité juridique propre mais qui reste contrôlée par une société mère détenant tout ou une partie de son capital<sup>9</sup>. Cet investissement comprend aussi la forme d'acquisition d'une entreprise déjà existante ou de rachat d'une entreprise. Caractérisé par des coûts et des risques élevés, la filiale s'efforce à mieux connaître<sup>10</sup> les consommateurs ainsi que les concurrents locaux, elle crée une image valorisante de la société en garantissant un engagement à long terme sur le marché cible.

### 2.1.5. Le consignataire

Consiste à faire appel à un importateur qui n'achètera la marchandise de l'exportateur que si celle-ci est livrée par le client. Car, l'importateur n'est qu'un dépositaire des marchandises. L'adoption de cette forme lui permet ainsi d'éviter de financer son stock et d'assumer les frais et les risques de sa commande. L'entreprise exportatrice peut aussi répondre directement depuis son pays d'origine aux demandes des clients étrangers<sup>11</sup>.

## 2.2. Approche indirecte

Les débutants inexpérimentés se tournent vers l'exportation indirecte qui leur permet de réduire un certain nombre de coûts tout en bénéficiant de l'expérience des intermédiaires.

---

<sup>9</sup>MERCIER-SUISSA.C et BOUVERET-RIVAT.C, « PME: conquérir des parts de marché à l'international »Edition Dunod, paris.2010. p. 163.

<sup>10</sup> CHOURAKIL « Guide de la jeune entreprise innovante » Edition Dunod, Paris 2015.p 39.

<sup>11</sup> La réponse aux demandes peut être par Vente sur appels d'offres, par Vente sur salons ou bien par Vente par internet.

Cette forme d'exportation définit un intermédiaire entre l'entreprise et le client étranger qui se trouve dans le pays d'origine. Et nous pouvons distinguer quatre formes :

#### 2.2.1. Les sociétés de commerce international

Ce sont des sociétés qui agissent comme les négociants-exportateurs, achètent les produits qui les intéressent pour les revendre sur les marchés étrangers en y rajoutant bien sur leur propre marge. L'avantage qu'elles offrent aux exportatrices notamment les PME est de tirer profit de leur savoir-faire et de leur réseau, mais aussi d'évaluer des chances de succès des produits offerts par ces entreprises sur les marchés internationaux.

#### 2.2.2. La vente aux bureaux d'achat et centrales d'achat

Il s'agit de grands magasins, de groupes de distribution, ou de succursales d'entreprises étrangères implantés dans le pays de l'entreprise exportatrice. Ce type d'intermédiaire permet in certain apprentissage du marché étranger, notamment en matière de contraintes applicables au produit<sup>12</sup> (adaptation du produit, de l'emballage, de étiquetage...).

#### 2.2.3. Des commissionnaires d'exportation

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

#### 2.2.4. Le courtier

Un courtier est une entreprise, respectivement une personne qui sert d'intermédiaire pour une opération, le plus souvent financière, entre deux parties. Le courtier devrait donc être neutre et indépendant vis-à-vis des deux parties. En tant qu'intermédiaire entre le client et les prestataires, le courtier ne travaille exclusivement ni pour l'un ni pour l'autre. Le courtage en travaux se positionne essentiellement sur le marché de la rénovation.<sup>13</sup>

### 2.3. Approches hybrides

Elle englobe les partenariats, consortiums, collaborations, etc. Il s'agit pour l'entreprise de choisir un partenaire qui amènera une valeur ajoutée significative sur un ou plusieurs aspects du développement et qui partagera les responsabilités et les bénéfices de l'activité.

---

<sup>12</sup> PASCO-BERHOC, Op cit , p. 182.

<sup>13</sup> PANTIN.F, « La conduite du processus d'internationalisation par les compétences de l'équipe dirigeante : cas d'une moyenne entreprise française », *Revue Management et Avenir FEV 2004(n°2), Edition Management Prospectives Editions. pages8-15,pp11-12.*

Cette approche émet des avantages :

- ❖ Apport de ressources au développement et partage du risque.
- ❖ Implication plus importante pour combler vos faiblesses sur le marché d'exportation.
- ❖ Optimisation des synergies possibles pour une meilleure compétitivité.

A l'égard des avantages nous avons aussi des inconvénients :

- ❖ Partage des bénéfices.
- ❖ Investissement important pour le développement et le maintien de la relation.
- ❖ Risques plus importants de malentendu.

A l'égard des approches citées ci-dessus, il se trouve que d'autres nécessitent des moyens importants dont les fusions, acquisitions, investissements directs, etc. Il s'agit pour l'entreprise d'acquies en partie ou en totalité une entreprise établie sur le marché d'exportation, dans laquelle profite des offres de cette dernière. Accès rapide au marché et à une base de clients déjà connus et à un réseau élargi de compétences, aux technologies, aux brevets, permet le contrôle sur les ressources financières et humaines, accélération du processus décisionnel.

### 3. PRATIQUES D'APPUI A L'EXPORT

Les entreprises nationales peuvent participer aux flux d'exportation vers les marchés étrangers en élaborant des contrats de gestion et de partage de production. Cela prend plusieurs formes dont :

#### 3.1. L'exportation dans le cadre de la sous-traitance internationale :

Activité réservée aux grandes entreprises dans le but de pouvoir profiter de la flexibilité d'autres firmes, peut être définie comme l'achat de produits<sup>14</sup> ou services réalisés sur mesure suite aux spécifications techniques d'un client ou d'un donneur d'ordres<sup>15</sup>.

#### 3.2. L'exportation dans le cadre de la fabrication pour compte "FPC"

Dans ce cadre l'entreprise exportatrice fabrique un produit fini conçu par la société donneur d'ordres en gardant la même marque<sup>16</sup>. L'entreprise exportatrice bénéficie d'un transfert de

---

<sup>14</sup>MEDEF - Commission-International, « l'indispensable de l'export : les dispositifs d'appui et les interlocuteurs de l'export » L'Indispensable de l'export - juillet 2008.p13.

<sup>15</sup>ST-PIERRE.J. et RAYMOND.L, CIRANO.F, LAURIN.F, « Mondialisation et internationalisation des PME : le comportement des PME manufacturières québécoises », *Rapport de recherche présenté au Cirano*, Institut de recherche sur les PME, , université de Québec à trois-Rivières, canada, 2011, p. 32.

<sup>16</sup>HARBER D., « Les sogo shosha : comment les sociétés de commerce international japonaises gèrent le monde », , Editions Economica, Paris 1993.p7.



savoir\_faire de ce dernier, et une réduction de coûts pour le détenteur de la marque afin développer un réseau de distribution pour son notoriété.

### 3.3. La franchise

C'est une concession de droit d'utiliser une enseigne commerciale ou une marque pour vendre des produits ou services déterminés, donc c'est une forme de commerce définie par un contrat entre franchiseur et un franchisé<sup>17</sup>.

Ce réseau de vente permet non seulement une internationalisation plus rapide et moins onéreuse qu'un développement par croissance interne ou externe, mais offre également et surtout la possibilité de s'implanter dans de nombreux pays à fort potentiel de croissance pour lesquels ce type de réseau de vente représente une innovation organisationnelle. Ainsi, l'entreprise exportatrice bénéficie d'une pénétration rapide et plus économe des marchés étrangers, puisque chaque franchisé finance son point de vente<sup>18</sup>.

### 3.4. Les investissements directs étrangers "IDE"

C'est la création ou l'achat d'une entreprise à l'étranger et prendre une participation supérieur ou égale à 10% du capital social<sup>19</sup>. On dit que l'IDE a une forme horizontale si l'entreprise reproduit à l'étranger l'activité d'origine qu'elle entretient dans son pays, pour ce qui est de la forme verticale de l'investissement elle se fait par l'incorporation de diverses étapes du processus de production ou de commercialisation dispersés dans plusieurs pays, que ce soit d'un seul produit ou de produits diversifiés (La forme conglomérale).

### 3.5. Le transfert de technologies

Le transfert de technologie entraîne un transfert de capitaux, en effet, la détentrice de cette technologie peut l'exporter sous forme de machine, d'équipements, de services, etc. Cette exportation peut prendre deux formes<sup>20</sup> :

- ❖ **La cession de brevet** : transfère d'une manière irréversible la propriété d'une création technologique au concessionnaire. Il s'agit d'une vente de l'invention.
- ❖ **La cession de licence** : la licence comprend plusieurs brevets, plus un savoir-faire.

---

<sup>17</sup>NARDOT.C, « La franchise : un mode de développement qui allie performance économique et managériale », novembre 2004. Tiré du site. [www.creg.ac-versailles.fr](http://www.creg.ac-versailles.fr). Consulté le 9/4/2015 à 12h40

<sup>18</sup> BARRELIERA. Et A« Exporter : pratique du commerce international », Editions Foucher, Paris, 1992, p. 159.

<sup>19</sup> Retiré du : [www.ac-Bordeaux.fr](http://www.ac-Bordeaux.fr)

<sup>20</sup>LEFEBVRE.É, « Performance à l'exportation et innovation technologique dans les PME manufacturières », *Revue d'économie industrielle- n° 77, 3ème trimestre 1996*, pages 42-58, pp54-56. Disponible sur le site : [www.persee.fr/](http://www.persee.fr/). le 07/04/2015 à 15h20.

Elle consiste à octroyer à un tiers le droit d'exploiter dans les limites de temps et d'espaces définies dans le contrat, une technique et un savoir-faire protégés par des brevets, et moyennant une rémunération.

Néanmoins, quelque soit le type ou la forme de l'exportation qu'adopte l'entreprise exportatrice, elle devra mener soigneusement et avec précision afin d'éviter tout échec commercial. Plusieurs risques sont liés aux transactions internationales que nous développerons dans la section suivante.

## **Section 2 : IDENTIFICATION DES CONTRAINTES ET RISQUES LIEES A L'EXPOORT**

L'analyse des risques devrait se faire avant toutes activités, toute entreprise voulant s'internationaliser doit identifier les risques susceptibles de se présenter, et déterminer leurs causes afin de connaître dans quel profil se situe pour pouvoir passer à l'évaluation et enfin déterminer le type des contrôles à effectuer.

### **1. PRESENTATION DES DIFFERENTS RISQUES**

Il est important de noter que l'éloignement géographique, les différences culturelles et juridiques accentuent les difficultés dans les transactions internationales et augmentent le niveau de risque auxquels sont exposés les parties contractantes. Ces risques sont ainsi appréciés de façon différente par l'exportateur et par l'importateur, nous avons<sup>21</sup> : Le risque commercial ; Le risque de change ; Le risque d'interruption de marché ; Le risque économique ; Le risque pays ; Le risque financier.

#### **1.1. Le risque commercial**

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

- ❖ La qualité<sup>22</sup> ;
- ❖ Les conditions sanitaires<sup>23</sup> ;

---

<sup>21</sup>MONOD.D-P, « Moyens et techniques de paiements internationaux », Editions ESKA, Paris 2007, p. 53.

<sup>22</sup> Les marchandises doivent être soumises à une norme ou une appellation d'origine précise sinon celles-ci peuvent être interprétées différemment ce qui causera des déboires à l'importateur tant auprès de l'administration (douane, répression des fraudes, etc.) et de sa clientèle.

<sup>23</sup> Les autorités des pays d'importation ont toujours la possibilité de procéder aux contrôles dans leurs laboratoires. Et

- ❖ La quantité<sup>24</sup> ;
- ❖ Le délai d'expédition<sup>25</sup>.

## 1.2. Le risque de change

C'est le risque lié à la variation des taux de change entre la monnaie nationale et les monnaies des pays cibles. Dès lors qu'une entreprise décide de libeller ses transactions en devises, elle entre en risque de change<sup>26</sup>. En effet, la baisse de la devise de paiement engendre à son tour la baisse de la marge de l'entreprise exportatrice.

Procéder à la couverture de ce risque peut se faire en procédant à des méthodes internes, ou en transférant la couverture aux organismes externes (banques, organismes d'assurances), qui proposent aux entreprises des produits adaptés et qui leur permettent à la fois : de se garantir d'une variation des cours si le contrat est signé; de ne pas s'engager si la transaction ne se fait pas.

Deux principales méthodes de gestion et de couverture internes :

- ❖ La compensation : Cette méthode consiste à affecter le règlement d'une créance en devises au règlement d'une dette libellée dans la même unité monétaire.

- ❖ Le termaillage : Cette méthode diminue le risque en retardant ou en accélérant les paiements et les rapatriements. Le tableau suivant illustre les principales décisions à prendre.

**Tableau n°02:** Opérations à entreprendre par l'entreprise suite à la tendance de la devise.

Opérations tendances	Importations Introductions	Exportations expéditions
La devise s'apprécie	Accélérer le paiement	Retarder le rapatriement
La devise se déprécie	Retarder le paiement	Accélérer le rapatriement

**Source:** BARRELIER A. et al, « Exporter : pratique du commerce international », Editions Foucher, Paris, 1992, p.406.

## 1.3. Le risque d'interruption de marché

Ce risque se manifeste lorsque les deux pays des contractants entrent en conflit politique, ce qui empêche ainsi la livraison des marchandises déjà fabriquées ou en cours de fabrication. Ce risque se répercute ainsi sur les deux parties contractantes: Pour l'exportateur, ce risque engendre

---

dans le cas où le certificat fourni par l'exportateur diffère de celui obtenu dans les analyses de laboratoires, la mise à la consommation peut être retardée voir interdite. C'est donc le certificat sanitaire ou phytosanitaire émis par l'autorité publique qui peut garantir ces risques.

<sup>24</sup>Si la quantité est inférieure en nombre à la quantité commandée, il aura un risque de rupture de contrat et de boycott pour les commandes futures, notamment s'il s'agit d'une centrale d'achat qui n'accepte d'excuses même justifiées.

<sup>25</sup> Le délai est un élément clé dans la commercialisation des produits. En effet, chaque retard de livraison peut entraîner une mévente notamment pour les produits saisonniers.

<sup>26</sup> BARRELIER A. et al, « Exporter : pratique du commerce international » Editions Foucher, Paris 2003, p. 339.

des difficultés à vendre les marchandises que l'importateur ne désire plus recevoir. Ce risque devient encore plus important lorsque les marchandises destinées à l'exportation sont spécifiques<sup>27</sup>.

#### 1.4. Le risque économique

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

#### 1.5. Le risque financier

Le risque financier qu'encourt l'exportateur peut s'agir<sup>28</sup> :

##### 1.5.1. D'un défaut de paiement

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

##### 1.5.2. D'une défaillance du débiteur :

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

##### 1.5.3. D'un Règlement judiciaire

Lorsque l'acheteur est déclaré en cessation de paiement, il est insolvable, la société peut être dissoute. Dans ce cas l'exportateur a peu de chances d'être payé, d'où la nécessité de recourir aux organismes de garantie et d'assurance pour couvrir ce risque en mettant en place une sécurité de paiement avant l'exécution du contrat.

#### 1.6. Le risque pays

Utilisé de plus en plus dans la littérature économique, le risque pays<sup>29</sup> est multidimensionnel et omniprésent dans l'ensemble des relations internationales qu'elle qu'en soit la nature<sup>30</sup>. Les

---

<sup>27</sup> PISAREK.W, «Stratégies d'internationalisation des PME : les apports en termes de conceptualisation du processus», Mémoire en raison d'obtention d'un diplôme de Master en Economie Industrielle, Université Paris 1 PANTHEON-SORBONNE, Paris, 2011.p81-84.

<sup>28</sup> BELLONE.F., « L'impact des contraintes financières sur les performances à l'exportation des entreprises françaises », *Revue économie et statistique*, N°435-436, 2010, pages 67-80, p. 71. [www.insee.fr](http://www.insee.fr)

<sup>29</sup> GAUTRIEAUD.S, « Le risque pays : approche conceptuelle et approche pratique », publication du Centre d'Économie du développement – Université Montesquieu Bordeaux IV, pages 15-22, pp17-19. Tiré du site [www.fichier.pdf.fr](http://www.fichier.pdf.fr), Consulté le 31/06/2014.

<sup>30</sup> Ibid.

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

#### 1.6.1. Risques politiques

Ce type de risque concerne la stabilité<sup>31</sup> politique d'un pays, il concerne l'ensemble des décisions et actions des Etats qui entravent le déroulement des contrats internationaux. Il se présente aussi dans les cas d'un conflit interne ou externe, d'une guerre civile ou d'un mouvement populaire.

#### 1.6.2. Rupture des relations économiques

Un désaccord flagrant entre les pays des contractants entrave l'exécution du contrat commercial, et aura un effet néfaste aussi bien sur la fabrication que sur l'expédition des marchandises. C'est le cas par exemple d'un embargo qu'un pays impose à un autre<sup>32</sup>.

#### 1.6.3. La survenue des catastrophes naturelles

Il s'agit de tous les événements majeurs qui engendrent des dysfonctionnements dans la vie économique d'un pays donné: inondations, tremblement de terre, tsunami, etc. Dans ce cas les entreprises exportatrices ne peuvent plus faire face à leurs obligations contractuelles, et les entreprises importatrices auront des difficultés à honorer leurs engagements vu la difficulté de se procurer des devises auprès de leurs banques pour effectuer les paiements en devise.

#### 1.6.4. Le non-transfert des capitaux

Il s'agit de l'un des principaux risques du commerce international, il est notamment fréquent dans les échanges avec les pays en développement, il a pour origine ; la cessation de paiement<sup>33</sup>. L'exportateur aura donc des difficultés car, pour être réglé il devra attendre à ce que ce pays ait effectué des ventes à l'étranger pour qu'il puisse lui, payé en devises.

## 2. CONTRAINTES A L'EXPORTATION

Le développement international des entreprises bien qu'il représente une voie indispensable pour leur pérennité, il reste corollaire des contraintes qui freinent leur processus d'internationalisation. C'est pourquoi, il convient pour toute entreprise voulant se lancer à

---

<sup>31</sup> LEMAIRE.J-P« Stratégies d'internationalisation », Edition Dunod 3<sup>ème</sup> édition, Paris, 2013, p. 247.

<sup>32</sup> Direction des Relations Economiques Extérieures (DREE), Les zones franches d'exportation : « Les enjeux économiques internationaux » Paris, 2002. pp.2-10. Adresse consultée: <http://www.commerceexterieur.gouv.fr/publications1>.

<sup>33</sup> Cette situation correspond au pays de l'importateur qui ne dispose plus de devises pour payer ses importations.

l'international de prendre en considération et d'analyser puis de mettre en œuvre les moyens nécessaires afin de lever l'ensemble de ces contraintes. Nous allons dans ce qui suit nous intéresser à l'identification de ces différentes contraintes, car cela nous permet de comprendre, dans quelle mesure ces dernières constituent une véritable entrave de l'internationalisation de l'entreprise notamment dans le cadre des exportations.

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

Nous exposerons dans les points suivants les principales contraintes internes qui pèsent sur le processus d'exportation des entreprises.

### 2.1.1. Les contraintes liées aux compétences managériales de l'entreprise

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

- ❖ La difficulté de la direction générale de l'entreprise à reconnaître l'existence d'une demande étrangère, qui peut être satisfaite par son offre, et adaptée aux services liés au produit qui peuvent fournir les ressources disponibles ;
- ❖ La difficulté de l'entreprise à combiner des ressources nouvelles et des ressources disponibles nécessaires pour être compétitive dans un nouveau marché géographique ;
- ❖ La propension de la direction à accepter les risques inhérents aux tentatives d'utilisation de nouvelles combinaisons de ressources afin de satisfaire de nouvelles demandes du marché<sup>34</sup>.

### 2.1.2. Ressources financières limitées et difficulté d'accéder aux financements

Nous observons que l'accès aux ressources financières est un déterminant significatif de la probabilité d'exporter. Cependant, l'exportation nécessite des besoins financiers spécifiques. En effet, même si certains besoins sont communs à l'activité domestique et à l'activité internationale, d'autres ne sont liés qu'à l'activité internationale de l'entreprise<sup>35</sup>. Ils créent un besoin en

<sup>34</sup> PANTIN.F, Op cite, p. 147.

<sup>35</sup> Il faut noter à cet égard que :

- Une entreprise ne disposant pas d'une surface financière suffisante, se trouve dans l'incapacité de financer des stocks supplémentaires pour répondre aux commandes venant de l'étranger. En plus, les ressources financières limitées de l'entreprise contraignent son développement international, dans la mesure où ce dernier engendre de nouvelles dépenses qu'il faut couvrir, notamment les frais d'approche du marché étranger et les coûts de prospection.
- L'entreprise exportatrice va entreprendre des investissements de diverses natures, liés par exemple à l'augmentation de sa production dédiée à l'export ou de ses capacités de production. Or, il s'avère que ces investissements sont considérés comme plus risqués par les banques qui de ce fait, ont plus de réticence à les financer ;
- Dans certains cas, les prêts disponibles sont des prêts à court terme, ce qui exclut les gros investissements ;
- L'entreprise exportatrice notamment celle qu'est dans le stade expérimental du développement à l'international, aura des difficultés à obtenir des prêts auprès des banques.

financement supplémentaire.

### 2.1.3. Contraintes liées à l'appareil productif de l'entreprise exportatrice

Il est évident que les entreprises exportatrices se caractérisent par une productivité supérieure à celle des entreprises (dans le même secteur) opérant uniquement sur le marché national. Cette productivité est donc nécessaire pour démarrer l'activité export. Or, une entreprise peut être contrainte dans son développement international, notamment dans le cas où l'appareil de production n'est pas souple et flexible aura du mal à répondre rapidement à la demande étrangère. En effet, la technologie dépassée, et le manque d'investissement dans l'acquisition de nouveaux équipements peuvent être à l'origine de la faible compétitivité de l'entreprise face à la concurrence ; et aussi dans le cas de la non maîtrise des coûts supplémentaires spécifiques liés à l'activité export. Ces coûts ne peuvent être réduits que par la mise en place de techniques de gestion avancées.

### 2.1.4. Un système d'information non performant

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

### 2.1.5. L'administration de l'export : absence de structure d'export

Beaucoup d'entreprises exportatrices notamment celles des pays en développement manquent de structure orientée vers le développement des exportations. En effet, un département export dédié n'est pas mis en œuvre, le service commercial cumule tant les affaires sur le marché national que quelques dossiers à l'exportation. Les délais d'exécution ne sont pas respectés, et des erreurs sont commises<sup>36</sup>.

### 2.1.6. Manque et/ou la non valorisation des ressources humaines

L'existence d'une main-d'œuvre compétente et qualifiée est une condition préalable à la compétitivité des entreprises<sup>37</sup>.

❖ La mauvaise structuration interne notamment au niveau des ressources humaines

---

<sup>36</sup>JOFFRE P., « L'entreprise et l'exportation », Editions Vuibert, Paris, 1987.p57.

<sup>37</sup> NIOSIJ, ZHEGU.M, « Étude sur l'accompagnement à l'internationalisation des petites et moyennes entreprises québécoises », mémoire fin d'étude pour obtention du diplôme de master1, Université de Québec à Montréal, Montréal Août 2011, p. 11.

représente un frein quant au développement international des entreprises. En effet, la valorisation de ces ressources reste l'un des enjeux majeurs pour permettre à l'entreprise de réussir son processus d'internationalisation à travers l'exportation ;

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

Le manque de compétences dans les domaines de stratégie internationale, marketing international, logistique internationale, constituent l'un des facteurs qui nuisent au développement international de l'entreprise.

#### 2.1.7. Manque de développement en matière de marketing international

L'offre de l'entreprise peut être sujette de plusieurs difficultés qui nuisent à sa compétitivité internationale. Nous prenons exemple le prix des produits de l'entreprise qui est à peine compétitif sur le marché local. Aussi l'entreprise n'obtient un avantage concurrentiel en prix notamment sur le marché international où la concurrence ne cesse de s'intensifier. En effet, l'exportation représente des coûts supplémentaires spécifiques qui vont affecter la compétitivité de l'entreprise notamment sur le marché international. Le tableau suivant récapitule les différents coûts variables et fixes, entrant dans le coût de revient des produits destinés à l'export.

**Tableau n°03:** Les coûts spécifiques à l'export entrant dans la composition du coût de revient d'un produit destiné à l'export.

Type de coûts	Composantes
Coûts variables (directs) à l'exportation	Emballage particulier, documents descriptifs en d'autres langues, transport à la vente, assurance de la marchandise, assurance-crédit, frais de douanes, commissions, etc.
Coûts fixes (indirects) spécifiques à l'exportation	Salaire d'un représentant, loyer, salaire de secrétariat, frais de bureau, documentation promotionnelle, frais de déplacement, stand, expositions, etc.

**Source :** TORRES.B., « Economie d'entreprise ; Organisation, Stratégie et Territoire à l'aube de la nouvelle économie », Editions Economica, Paris, 2004.

D'autres éléments à cet égard comme :

❖ L'entreprise tout en possédant des produits phares sur le marché national, elle les introduit tels quels sur le marché d'exportation sans effort de marketing/communication particulier ;

❖ Parfois l'entreprise n'obtient pas la certification requise pour le marché international ;

❖ L'emballage des produits de l'entreprise répond essentiellement aux exigences du marché



local, sans se soucier des modifications permettant une meilleure adaptation aux exigences du marché étranger.

❖ L'entreprise ne bénéficie pas d'une bonne notoriété. Ce qui rend difficile la commercialisation de ses produits et la fiabilisation des clients étrangers.

❖ Le service après vente peut être assuré par l'entreprise sur le marché, mais il n'est réactif sur le marché international or les délais restent significatifs.

❖ Quant à la prospection, elle est parfois quasiment absente. L'entreprise répond aux opportunités d'export au coup par coup, sans procéder à une prospection particulière, ni même connaître ses concurrents présents sur les marchés d'exportation.

❖ L'équipement de communication (fax, internet, ...) et les réseaux ne sont pas aussi performants de façon à gérer les relations avec les clients.

## 2.2. Les contraintes liées à l'environnement externe de l'entreprise

Tout dépend de la qualité de l'environnement des affaires.

### 2.2.1. Les contraintes législatives, réglementaires et normatives

Chaque pays implique une adaptation technique ou une modification des composantes du produit, cela revient aux règlements et normes. Les divergences entre les règles techniques et les procédures d'évaluation de la conformité du produit<sup>38</sup> adoptées dans les différents Etats peuvent donner lieu à la création de barrières, par exemple : Les normes techniques et Les règlements techniques (loi, décret, règlement des pouvoirs publics).

### 2.2.2. Les contraintes liées aux difficultés d'adaptation des produits aux normes ISO

Si le produit de l'entreprise n'est pas adapté aux normes en vigueur et aux exigences commerciales des marchés étrangers, l'entreprise se trouve pénalisée dans sa stratégie de développement des exportations. Quel que soit leur secteur d'activité, les entreprises exportatrices doivent se mettre en conformité aux normes internationales pour pouvoir vendre leurs produits sur les marchés étrangers<sup>39</sup>. Nous avons des normes sanitaires/phytosanitaires et les normes techniques.

---

<sup>38</sup>Les normes techniques : spécifications techniques facultatives à respecter au risque de se heurter à un handicap commercial.

Les règlements techniques: Leur application est obligatoire pour ne pas être passible d'interdiction de commercialiser le produit sur le marché, ou de retrait pur et simple du produit déjà mis sur le marché au moment du contrôle.

<sup>39</sup> LECERF M., « Les petites et moyennes entreprises face à la mondialisation », Thèse de doctorat en économie, Université de Paris I- PANTHEON – SORBONNE U. F. R. D'ECONOMIE, Paris, 2006, pp 67-68.

### 2.2.2.1. Les normes sanitaires et phytosanitaires

Nécessaires à la protection de la santé des personnes et des animaux ou à la préservation des végétaux, sa concerne le produit lui-même (composition, dénomination), peut concerner aussi l'emballage ou son étiquetage. Le contrôle se fait obligatoirement aux frontières par les agents de douane.

### 2.2.2.2. Les normes techniques

L'entreprise se trouve dans l'obligation d'adopter celles liées au respect de l'environnement, certains marchés notamment ceux des pays développés sont de plus en plus exigeants, car leurs gouvernements veillent à la promotion de l'excellence environnementale. Il faut toutefois noter que beaucoup d'entreprises exportatrices, notamment les PME ne disposent pas de moyens leur permettant d'adopter ces normes internationales afin d'assurer d'une manière autonome des contrôles de qualité et d'hygiène. Cette adaptation nécessite des coûts de mise en conformité extrêmement élevé, ce qui pénalise les ventes des entreprises sur des marchés de plus en plus exigeants<sup>40</sup>.

### 2.2.3. Réseau d'informations inefficent

L'accès aux informations sur les conditions des marchés étrangers et aux réseaux d'information s'avère difficile<sup>41</sup>, les exportateurs sollicitent des agences publique et privé et se trouvent dans la confusion notamment en ce qui concerne le type d'information obtenue auprès de ces agences. Grace à ces informations l'entreprise effectue ses choix stratégiques et choisi le mode d'approche du marché étranger, l'entreprise devra donc veiller à la maîtrise de la dimension opérationnelle afin de délimiter les risques qui peuvent nuire au bon déroulement de ses opérations d'exportations.

### 2.2.4. Les contraintes de la logistique internationale

Une définition complète de la logistique a été donnée par *MAGEE* en 1968 : « c'est une technique de contrôle et de gestion et des flux de matière et de produit depuis leurs source d'approvisionnement jusqu'à le point de consommation celle-ci aussi est orienté vers l'aspect physique. », Elle couvre ainsi un certain nombre de domaines qui dépassent le cadre de transport. Elle touche également les conditions de rentabilité de l'entreprise<sup>42</sup>.

---

<sup>40</sup> Voir : [www.bpifrance.fr](http://www.bpifrance.fr).

<sup>41</sup> GREEN.A, RUSSO.F, PAPI.L « Développement des systèmes productifs locaux et de réseaux de PME » : le programme de l'Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel, guide sur le consortium d'exportation, Vienne, 2003.p36-69 Disponible sur le site le lien web <http://unido.org/cluster>

<sup>42</sup> Tiré du site : [www.cetmo.org/](http://www.cetmo.org/). Consulté le 01/06/2013.

Car, Quand elle n'est pas maîtrisée, la logistique internationale devient un frein à l'activité d'export de l'entreprise. En effet, différents coûts entravent la compétitivité internationale de l'entreprise, ces derniers peuvent être engendrés par : Les retards aux ports ; La lenteur des procédures administratives notamment au niveau des douanes ; mais aussi par l'entreposage inadéquat aux ports.

Il est bien préciser que les entreprises exportatrices sont souvent soumises à la complexité des procédures administratives douanières ce qui engendre des couts affectant le niveau de distribution et donc le niveau de rentabilité.

### 3. PREVENIONS CONTRE LES RISQUES DU COMMERCE EXTERIEUR

Pour que l'entreprise puisse obtenir la qualité d'opérateur économique agréée, elle doit satisfaire à certaines conditions en matière de sécurité. Le cadre des normes de l'OMC fixe un certain nombre des mesures en matière se sécurité qui doivent être déterminées à l'avance et incorporées dans les pratiques commerciales de l'entreprise. En effet, chaque entreprise qui démontre son engagement de participer au programme de partenariat doit élaborer un plan de sécurité déterminant les mesures de sécurité. Le plan de sécurité fixé par l'entreprise doit respecter les recommandations de l'administration des douanes<sup>43</sup> relatives à la sécurité.

#### 3.1. Détermination des mesures de sécurité

Pour dire qu'il y a lieu à une sécurité dans son opération à l'étranger, il faudrait que l'entreprise puisse protéger différents éléments que nous détaillerons de suite :

##### 3.1.1. Sécurité des installations et bâtiments de l'entreprise

Les locaux de l'entreprise doivent être construits de manière à éviter toute intrusion par effraction de l'extérieur. Les portes extérieures et intérieures ainsi que les fenêtres doivent être verrouillées. L'éclairage adéquat doit être installé tant à l'extérieur qu'à l'intérieur des bâtiments ainsi qu'aux zones de stationnement. Tout accès non autorisé doit être empêché. De ce fait, les employés, les visiteurs et les fournisseurs qui pénètrent à l zone de chargement et d'expédition de fret doivent être identifiés.

##### 3.1.2. Sécurité de fret

Les marchandises expédiées ou reçues par l'opérateur doivent être conformes aux descriptions figurant sur le document de transport. L'opérateur économique agréée doit y veiller. Il doit également veiller à ce que des marchandises illicites ne pénètrent pas dans la chaîne logistique

---

<sup>43</sup> L'administration des douanes étudie le plan de sécurité et transmis ses préoccupations et ses commentaires à l'entreprise. Elle prend toutes les mesures nécessaires pour corriger les situations identifiées.

internationale. Le cas échéant, il doit informer immédiatement l'administration des douanes. Les marchandises étrangères, nationales, de grandes valeurs et dangereuses doivent être séparées dans les entrepôts de l'entreprise. Tout mouvement de marchandises doit être contrôlé et ce par :

- ❖ la pesée et le décompte des marchandises en effectuant des comparaisons par rapport aux manifestes ;
- ❖ signalisation de tout manquant ou excédent ou la découverte d'une marchandise non déclarée ;
- ❖ l'adoption des procédures relatives à l'apposition des scelllements sur les conteneurs, leur vérification et leur remplacement ;
- ❖ contrôle de toute sortie ou entrée des marchandises aux entrepôts de l'entreprise.

### 3.1.3. Sécurité des conteneurs

Les opérateurs économiques agréés doivent utiliser des moyens d'identification pour détecter toute manipulation des conteneurs. Il s'agit notamment des scelllements de sécurité qui doivent satisfaire à la définition des scelllements mécaniques de haute sécurité<sup>44</sup> La politique interne en matière d'apposition des scelllements et de traitement des conteneurs comportant des scelllements de haute sécurité doit être fixée par écrit. L'administration des douanes veille au respect de cette exigence. En outre, les dispositions de la convention de 1972 relative aux conteneurs et la convention de 1975 relative au transport international des marchandises sous le couvert de carnet TIR doivent être respectées par les opérateurs<sup>45</sup>.

**NB** : Avant le chargement d'un conteneur sur le moyen de transport, le transporteur doit contrôler l'état des plombs (scelllements), vérifier l'état de conteneur : numéro du conteneur, le soudage, la nouvelle peinture ou la peinture fraîche, les retouches...etc. Toute anomalie constatée doit être signalée au service des douanes. Les transporteurs doivent s'engager également à ce que les manifestes soient transmis à la douane au moment opportun comportant toutes les informations nécessaires<sup>46</sup>.

### 3.1.4. Sécurité des moyens de transport

Elle comprend le contrôle des lieux facilement accessibles pour éviter toute pénétration des personnes et des objets qui ne seraient pas autorisés.

---

<sup>44</sup>Produits figurants dans la norme ISO 17712.

<sup>45</sup>LEMAIRE.J-P, «La composante financière, élément du marketing international des biens d'équipement et des projets », *revue Française de gestion*, n°127-128, 1990, repris dans J.P. Lemaire, « Stratégies d'internationalisation », Editions Dunod, Paris, 1997. pages 22-31, p24.

La découverte de marchandises ou tout autre objet ne figurant pas sur le manifeste et n'ayant pas été déclarés ou tout indice de contrebande doivent être signalés au service des douanes.

### 3.1.5. Protection de système d'information

Les informations liées aux opérations de commerce extérieur, notamment les données sensibles en matière de sécurité et celle qui sont exploitées par les deux parties doivent être protégées en assurant leur confidentialité. L'accès au système d'information est effectué par un mot de passe ; ce dernier doit être renouvelé périodiquement. Or, les données transmises ne peuvent être exploitées qu'à des fins douanières pour l'évaluation de la sécurité.

### 3.1.6. Sécurité du personnel

L'entreprise concernée doit décrire les mesures d'enquête, de recrutement et de vérification périodique des antécédents de ses employés. Des formations spécialisées en matière de sécurité doivent être organisées en faveur des employés. Elle doit également déterminer les sanctions qui seront prises en cas d'infractions à la sécurité ainsi que les procédures internes de contrôle du personnel travaillant en postes sensibles en matière de sécurité.

## 3.2. Suivi de la mise en œuvre de plan de sécurité

L'administration des douanes doit assurer le suivi de la mise en œuvre des mesures de sécurité ainsi qu'elle doit mettre régulièrement à jour le programme de partenariat douanes/entreprises et ce en collaboration avec l'entreprise concernée. A cet effet, les deux parties s'engagent à échanger des renseignements ainsi qu'à tenir des séances de sensibilisation.

### 3.2.1. Echange de renseignements

Les deux parties devront se rencontrer périodiquement pour discuter les résultats de partenariat et les possibilités de le maximiser. Les deux parties doivent échanger des informations pour détecter toute menace à la sécurité. En cas où l'opérateur économique agréé (l'entreprise partenaire) ou ses employés détectent des circonstances suspectes pouvant impliquer des infractions douanières, le service des douanes doit être informé. De son côté le service des douanes doit, en cas de sollicitation, fournir tout conseil ou instruction à l'entreprise partenaire<sup>47</sup>. Si des doutes ou des soupçons persistent sur une infraction douanière, le service des douanes pourra demander au transporteur de lui transmettre des renseignements supplémentaires sur le fret, l'équipage ou les passagers<sup>48</sup>. Lorsqu'un employé de l'organisme partenaire détecte des produits de

---

<sup>47</sup><http://www.douane.gov.dz/>

<sup>48</sup> Cette possibilité doit être indiquée dans le protocole d'entente et conclusion du contrat entre les deux parties.

contrebande, il avisera immédiatement le service des douanes en gardant ces objets dans leur endroit. Des numéros de téléphone des agents des douanes compétents lui sera communiqué par l'administration des douanes afin qu'ils puissent intervenir en cas de besoin.

### 3.2.2. Séances de sensibilisation :

Les deux parties veillent à ce que des séances de sensibilisation à la sécurité soient organisées de manière régulière. De ce fait, la douane offre au personnel de l'entreprise partenaire des formations concernant les indicateurs de mouvements transfrontaliers suspects, ainsi que toutes informations relatives à la sécurité et à la contrebande<sup>49</sup>. De son côté l'entreprise partenaire doit sensibiliser son personnel quant à la nécessité de participer au programme de partenariat.

Pour cela une entreprise souhaitant s'internationaliser devra solliciter une agence d'assurance à caractère international. Le cas de la CAGEX<sup>50</sup> pour les entreprises Algérienne. L'assurance crédit à l'exportation a été instituée par *l'Ordonnance n° 96-06 du 19 chabane 1416 correspondant au 10/01/1996 relative à l'assurance-crédit à l'exportation et texte d'application*. La CAGEX a été désignée pour la gestion du système d'assurance crédit à l'exportation en Algérie, par *le décret exécutif n° 96-235 du 02/07/1996*<sup>51</sup> (*conseil national des assurances CNA*).

Plusieurs enquêtes et travaux empiriques ont été réalisés dans le cadre de l'appréciation des facteurs perçus comme des contraintes freinant le développement international, notamment par les entreprises exportatrices. En effet, plusieurs contraintes qu'elles soient internes ou externes à l'entreprise, sont à l'origine de l'aversion que porte les dirigeants des entreprises en matière de développement des opérations à l'international.

---

<sup>49</sup> PAUL.P et KEMPEN.V, « communication, éducation et sensibilisation du public : Guide pratique destiné aux points focaux et aux coordonnateurs des stratégies et plans d'action nationaux pour la diversité biologique », Gland, 2007, p107.

<sup>50</sup> La Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportations.

<sup>51</sup> *L'Ordonnance n° 96-06 du 19 chabane 1416 correspondant au 10/01/1996 relative à l'assurance-crédit à l'exportation et texte d'application*. du *décret exécutif n° 96-235 du 02/07/1996*

## **Conclusion du chapitre II**

La politique du commerce extérieur, ou politique commerciale est constituée d'un ensemble des moyens dont dispose un Etat pour orienter les flux d'échanges d'un pays avec l'étranger. Dans la panoplie des instruments utilisables, on distingue les droits de douane des autres obstacles. Les types de politique choisis et la nature des moyens mis en œuvre dépendent d'une organisation institutionnelle qui diffère selon les pays. Même si les théories de l'échange international mettent en avant les avantages du libre-échange intégral pour tous les partenaires, les pouvoirs publics ne renoncent jamais complètement à protéger leurs activités nationales, ni à aider les industries d'exportation. Ces interventions étatiques trouvent des justifications dans certaines analyses économiques. Celle-ci mettent en lumière les gains que peut percevoir un pays placé dans des situations différentes de celle que supposent les théories du libre-échange. De fait, la politique commerciale d'un pays résulte bien souvent de stratégies de compromis entre la volonté d'isoler certaines activités nationales des effets de la concurrence externe et la nécessité de tempérer les velléités interventionnistes des partenaires.

Le travail jusqu'à présent reste dans les théories générales nous allons passer au chapitre suivant dans lequel nous allons faire une analyse du commerce extérieur Algérien et où est ce que se situe les entreprises quand on parle d'une internationalisation. Ce dernier se compose de deux sections, où on résume la politique appliquée par l'Algérie. Et ses conséquences sur le commerce extérieur du pays.

# CHAPITRE III : APPLICATION DES THEORIES SUR LA POLITIQUE DE L'ETAT ALGERIEN ET SON SOUTIEN A L'EXPOPRT

## Introduction du chapitre

L'économie Algérienne à depuis longtemps été caractérisée par une dépendante vis-à-vis des exportations des hydrocarbures, dominées essentiellement par le pétrole et le gaz naturel. Subie de plein fouet les conséquences négatives engendrées par le choc du revenu au sens de la banque mondiale, qui a entraîné la contraction des ressources financières du pays issues de la rente pétrolière. L'Algérie était contrainte d'adopter les programmes d'ajustement structurel imposés par les institutions financières internationales et qui s'inscrivent dans la logique du libéralisme et de l'ouverture économiques du pays. Et le commerce extérieur du pays n'était pas à l'abri des réformes engagées dans le cadre de ces programmes.

Toutefois, en dépit des actions entretenues par l'Algérie visant à mettre en place une politique commerciale qui se donne comme objectif ultime l'augmentation de la contribution des secteurs industriels, agricoles et celui des services pour créer de la richesse. Néanmoins la part des exportations dans ces secteurs restent toujours minime.

Dans ce chapitre nous allons reprendre l'histoire des politiques mises en œuvre par le gouvernement Algérien depuis la libéralisation du commerce extérieur. En suite nous allons résumer comment est ce qu'elles sont pratiquées.

Dans la seconde section de ce chapitre, nous allons vous présenter un aperçu sur les variations des exportations et de quoi se caractérisent elles, en abordant les facteurs de leurs stagnations.



## **Section 1 : LA POLITIQUE DE PROMOTION DU COMMERCE EXTERIEUR EN ALGERIE.**

Le commerce extérieur sous le régime colonial est caractérisé par, des exportations des produits agricoles alors que ce qui concerne l'énergie est apparu a partir des années 50. Caractérisé également par des inputs en biens d'équipements. Les pratiques commerciales sont régies par les forces de marchés, ainsi d'un système orienté vers une économie libérale. On verra dans cette section la pratique et la politique du commerce en Algérie, et son développement au fils du temps jusqu'à l'application des stratégies commerciales. Ces dernières mènent progressivement aux enjeux de négociation à l'adhésion à l'OMC après avoir libérer le commerce extérieur.

### **1. HISTOIRE DE LA PRATIQUE ET LA POLITIQUE COMMERCIALE ALGERIENNE**

L'Administration centrale, dans la période qui suit l'indépendance, prend le monopole quasiment sur toutes les activités commerciales, et on assiste à une croissance exponentielle des exportations des hydrocarbures, et Importation des biens d'équipements et de consommations<sup>1</sup>. Dans cette période le commerce extérieur est contrôlé par l'administration, ce contrôle se traduit par la fixation à l'avance des quantités de marchandises à importer. Cette politique contingentait vise essentiellement à protéger la production nationale (industrialisation par substitution aux importations) ainsi la mise en place d'une première politique tarifaire en 1963<sup>2</sup> afin de renforcer le contingentement notamment sur les biens de consommation (de 15 à 20%) contre un tarif de 10% pour les biens industriels<sup>3</sup>.

Cependant, nous pouvons constater que dix ans après l'indépendance, l'Etat avait pris le monopole<sup>4</sup> du commerce extérieur, car, les échanges extérieurs de l'Algérie étaient profondément marqués par la stratégie de développement menée tambour battant par un Etat omniprésent, acteur quasi exclusif de la vie économique, politique et sociale. Ainsi les offices publics de commerce extérieur sont mis en place dès 1963. Puis des sociétés nationales d'importation sont créées en 1969, et l'émergence de grandes sociétés industrielles publiques au début des années 70, ont abouti à leur confier le monopole d'importation pour les produits relevant de leur domaine d'activité. Cette

---

<sup>1</sup> MEROUGHI.M et TALABITE.F, « Souveraineté économique et reforme en Algérie », Revue automne, n°71, 2009, pages12-13,p13.

<sup>2</sup> AMROUCHE.A « l'assainissement financier des entreprises publiques algériennes : l'arbre qui cache la forêt ». El Watan du 11 Décembre 2004 (1<sup>er</sup> partie).

<sup>3</sup> BOUTALEB.K : « La problématique du développement socio-économique et les objectifs d'une authentique réforme de l'Etat en Afrique » in « repenser les économies africaines pour le développement » ouvrage collectif sous la direction J.C.BONOUNGOU.B et BENSGHIR.A, Editions Codesria, Dakar, 2010.

<sup>4</sup> FIGLIUZZI.A « Economie internationale », Edition Ellipses, paris, juin2006, p220.

organisation est consacrée par la *loi 78/02 de 1978<sup>5</sup> relative à l'exercice du monopole de l'Etat sur le commerce extérieur*.

La période des années 80 est marquée par le tournant des politiques commerciales, le rapprochement de l'Algérie aux institutions de Bretton Woods<sup>6</sup>, et la mise en place d'un Plan d'Ajustement Structurel<sup>7</sup> (PAS) imposé par le FMI. Ainsi, le commencement d'une transition vers une économie de marché. Ce qui nécessite des amendements importants aux politiques commerciales, ces dernières seront appliquées d'une même manière au secteur public et privé. Cependant elles encouragent des exportations hors hydrocarbures. Nous pouvons dire incontestablement que la crise amorcée en 1986 a constitué le catalyseur qui a rendu inéluctable le lancement des réformes et en premier lieu dans leurs volet relatif au commerce extérieur<sup>8</sup>.

La réforme du commerce extérieur<sup>9</sup>, depuis cette date a suivi plusieurs étapes caractérisées par des hésitations, des demis mesures, un vide total et enfin une rupture brutale. La période 1986-1988 est considérée comme étant la première tentative de mettre fin à la réglementation relative aux autorisations globales d'importation (AGI) et à *la loi 78-02 relative au monopole de l'état sur le commerce extérieur<sup>10</sup>*. Cette période verra la mise en place de plans de financement établis par produit, par opérateur et des plans de distribution. Ce sera, pour cette période, la seule réglementation en matière de commerce.

Une deuxième étape sera entamée avec l'annulation de la *loi 78-02<sup>11</sup> relatives au monopole de l'état sur le commerce extérieur* et son remplacement par la *loi 88-29 du 19 Juillet 1988 relative à l'exercice du monopole de l'état sur le commerce extérieur*. Pour l'essentiel, cette loi conserve le monopole de l'état sur le commerce extérieur mais supprime les délégations antérieures données à un opérateur pour tel ou tel produit. Elle introduit aussi, des concepts de concessions et de cahier des charges.

Le secteur privé reste soumis au régime des licences d'importation et se voit toujours

---

<sup>5</sup> Loi 78/02 de 1978 du journal officiel apparu le 14 février 1978 relative au monopole de l'Etat sur le commerce extérieur, p114.

<sup>6</sup> Bretton woods: Accords conclus à la suite d'une conférence monétaire, tenue à Bretton Woods (New Hampshire, États-Unis) en juillet 1944, entre 44 pays, et qui instaurèrent un système monétaire basé sur la libre convertibilité des monnaies et la fixité des taux de change. L'hégémonie du dollar, dont la valeur était définie par rapport à l'or, y fut consacrée. De ces accords sont nés aussi le Fonds monétaire (F.M.I.) et la Banque internationale de reconstruction et de développement (B.I.R.D.), plus connue sous le nom de Banque mondiale. Les accords de Bretton Woods furent remplacés, en janvier 1976, par les accords de la Jamaïque.

<sup>7</sup> Un ajustement structurel ou réforme structurelle : désigne une mesure de politique économique dont le but est d'améliorer de manière durable le fonctionnement d'un secteur de l'économie ou d'économie entière d'un pays. Elle résulte souvent d'une évolution spontanée des facteurs économiques qui en ont dégradé la situation.

<sup>8</sup> CHERIF.C, « Programme d'ajustement structurel et résultats socio-économiques en Algérie », Revu sciences humaines n°18, Décembre 2002 Faculté de Gestion Université AbouBakr Belkaïd Tlemcen, Telemcen, , pp. 39-56.p36,39.

<sup>9</sup> GOUMEZIANE.S, « L'incontournable libéralisation », Revue Confluences Méditerranée, n°11, Été 1994, pages 32-41, p 39.

<sup>10</sup> Ibid.

<sup>11</sup> Ibid.

interdit l'accès à la revente en l'état. Jusque là, on ne peut encore parler d'une véritable rupture avec la réglementation ancienne. Mieux encore, apparaît une contradiction entre l'objectif recherché d'une régulation économique par le marché et l'allocation administrée des ressources constituées par les budgets- devises et les licences d'importation.

### 1.1. La libéralisation du commerce extérieur en Algérie

Il a fallu attendre le début des années 90 pour avoir les premiers signes en direction d'une véritable rupture<sup>12</sup>. En effet, pour la première fois, il ne sera plus question de programme général du commerce extérieur, ni d'allocation formelle de budget- devises. Le budget- devises est remplacé par un plan de financement externe transmis à titre indicatif, le principe fondamental étant que le commerce extérieur est une relation banque- opérateur. Ce principe n'est toutefois consacré par aucun texte officiel et aucun mode opératoire n'est affiché<sup>13</sup>. Une période d'hésitation et de vide organisationnel s'ensuivit et rien ne vient concrètement se substituer à l'ancien dispositif.

En août 1990 une première mesure concrète et partielle allait voir le jour suivi en février 1991 par une deuxième qui consacrait la libéralisation totale du commerce extérieur, une libéralisation qui s'est faite en deux étapes :

#### 1.1.1. Etape restrictive

Pour la première fois depuis l'instauration du monopole sur le commerce extérieur, l'importation de marchandises en vue de leur revente en l'état est autorisée par d'autres opérateurs commerciaux que l'Etat. Cette première ouverture du commerce extérieur est qualifiée « de restrictive » par l'interdiction des importations sans paiement ouvert en faveur du secteur privé ne concernait pas la revente en l'état. Cette ouverture instituée par *l'article 41 de la loi de finances complémentaire pour 1990*<sup>14</sup> revêtait un caractère restrictif et partiel dans la mesure où :

- ❖ Elle concernait une catégorie d'opérateurs appelés concessionnaires et grossistes.
- ❖ Elle faisait appel à un mouvement de capitaux dans la mesure où le règlement des marchandises qui devaient s'imputer obligatoirement sur un compte- devises ;
- ❖ Elle faisait appel à un mouvement de capitaux dans la mesure où le règlement des importations ne concernait pas toutes les marchandises ;
- ❖ une liste restrictive était établie par l'Etat ;
- ❖ L'activité de ces concessionnaires et grossistes était soumise à agrément préalable de la banque d'Algérie et non de l'administration du commerce ;

<sup>12</sup> Projet de la commission économique pour l'Afrique, « Libéralisation commerciale et développement : quelles leçons pour l'Afrique? », septembre 2004, p. 10

<sup>13</sup> Directeur Générale du Trésor, Ambassade de France en Algérie, entretien sur « Situation des PME en Algérie et les politiques de soutien à leur développement » – El Watan économique le26/01/2012

<sup>14</sup> A consulter: <http://www.bank-of-algeria.dz/html/legist9.htm>

❖ Enfin, le dit agrément est subordonné à l'engagement d'investir ultérieurement dans la production de biens ou service.

### 1.1.2. Etape de libéralisation totale

Cette deuxième étape a été inaugurée par le *décret exécutif de février 1991*<sup>15</sup> relatif aux conditions d'intervention en matière de commerce extérieur. Ce décret consacrait la liberté totale d'intervention en matière de commerce extérieur, sous la seule condition d'immatriculation au registre de commerce en qualité de grossiste et ce, quel que soit le statut de l'opérateur et quelle que soit la marchandise à importer. Seuls, toutefois, les produits de large consommation étaient soumis à l'adhésion à un cahier de charges<sup>16</sup> de l'administration du commerce préalablement à leur importation. L'état, dans le cadre de l'accomplissement de sa mission de régulation, se devait au titre du suivi du marché, d'assurer la disponibilité de cette catégorie de produits pour la plupart, à l'époque du monopole, subventionnés<sup>17</sup>. Hormis, cet aspect de cahier des charges lié à la régulation du marché, le commerce extérieur était totalement libre.

### 1.1.3. Le résultat de la libéralisation du commerce extérieur

Par conséquent cette libéralisation avait donné lieu à :

- ❖ Le transfert au système bancaire de prérogatives commerciales ;
- ❖ La destruction de pans entiers de l'économie nationale par le fait des importations massives de produits concurrençant la production nationale qui est fortement et immédiatement rentable ;
- ❖ L'importation de produits finis plus facilement finançables au détriment du fonctionnement des entreprises ;
- ❖ Enfin la facilité d'obtention du registre du commerce incite privé ou public à importer.

C'est pour mettre fin à ce dysfonctionnement, que le programme de travail du gouvernement décide, sans remettre en cause la marche vers l'économie de marché, d'intervenir plus rigoureusement dans l'encadrement des opérations de commerce extérieur en fonction de la disponibilité des ressources de devises se caractérisant par leur rareté. Par cette intervention l'administration récupère ses prérogatives en matière de commerce<sup>18</sup>.

Les principes généraux étant de situer les opérations de commerce extérieur dans le cadre

<sup>15</sup>Décret exécutif n° 91-53 du 23 février 1991 relatif aux conditions d'hygiène lors du processus de la mise à la consommation des denrées alimentaires, du journal officiel 1991.p20.

<sup>16</sup> Le cahier des charges est un document essentiel à la réalisation d'un projet. Il décrit précisément les besoins auxquels les intervenants doivent répondre : Objectifs, cibles, concurrence, spécification technique, délais...

<sup>17</sup> Du Rapport de l'agence nationale de promotion du commerce extérieur en Algérie (ALGEX), 2012.

<sup>18</sup> ASSALA.KH: « PME en Algérie : de la création à la mondialisation ». 8eme Congrès international Francophone en entrepreneuriat et PME, 2006, P.3.

d'une politique commerciale fondée sur des objectifs en fonctions des moyens disponibles, et non sur les seules considérations de rentabilité et de financement.

Deux grands axes de travail en matière de commerce extérieur sont définis par cette instruction

❖ Au niveau des textes réglementaires : où l'on trouve une fixation de critères transparents et un ordre de priorité pour l'accès à la devise, avec une gestion rigoureuse des moyens de paiement extérieur, tout en protégeant la production nationale.

❖ Au niveau des comportements des opérateurs : il se caractérise par une limitation des dépenses devises et un déploiement de toutes formes de transactions commerciales n'engendrent pas un endettement pour le pays avec prohibition de toutes formes de stockage ou de gaspillage.

C'est dans ce prolongement que fut institué le comité ad-hoc<sup>19</sup>. Ce dernier, n'a pas l'ambition de programmer et de décider de toutes les opérations de commerce extérieur mais son rôle essentiel consiste dans le suivi opérationnel de ces opérations en vue de corriger les effets négatif et prendre toutes mesures susceptibles de mener à une utilisation optimale des ressources, aussi arrêter la dégradation de l'économie. C'est ainsi que furent clairement établies les priorités en direction desquelles tous les efforts de recherche de financement, au besoin cash, seront orientés.

Parallèlement, des suspensions à l'importation frappaient certains produits sans remettre en cause la libéralisation du commerce car il faut noter que ces produits frappés provisoirement de suspension sont ceux qui, soit revêtent un caractère superflu, soit que leurs importations massives menacent fortement une production nationale en détruisant des pans sans pour autant que celle-ci soit en mesure de rivaliser avec cette concurrence faute de disposer des mêmes moyens<sup>20</sup>.

Au delà de la protection de la production nationale, l'objectif recherché à travers ces suspensions est la canalisation et l'orientation des ressources rares vers des créneaux concurrents au développement de l'économie.

En matière de régulation du marché, le cahier des charges, simple habilitation administrative, sans objectif précis ni responsabilité dans la distribution des produits, va être revu pour constituer un véritable instrument de régulation, d'orientation et de contrôle. Enfin, tout ce dispositif<sup>21</sup>, sommes de toutes transitoire, ne doit pas faire perdre de vue qu'il y a nécessité de donner une base légale et règlementaire à l'organisation du commerce extérieur mais quels que soient les textes à mettre en place, un commerce extérieur libre resterait un vœu pieu sans la mise en

<sup>19</sup> Ad hoc : est par définition chargé du suivi opérationnel des engagements des opérations de commerce extérieur. Il convient de souligner que l'institution de ce comité revêt un caractère transitoire en attendant la mise en place effective des instruments nécessaires à une économie de marché.

<sup>20</sup> OUSSALEM M.O, « Politiques industrielles et mondialisation: les leçons de l'expérience algérienne », colloque international sur la mondialisation, Université de Mouloud Mamri, Tizi-Ouzou juin 2009, p.7.

<sup>21</sup> Le cahier des charges est transmis au Ministère chargé du commerce extérieur accompagné de l'avis motivé du directeur du commerce de wilaya, après vérification de la conformité des renseignements fournis par le requérant, dans un délai n'excédant pas quinze jours.

place d'instruments de régulation, sans l'assèchement des liquidités du dinar qui font qu'actuellement, tout le monde est grossiste-importateur. D'où une éventuelle de la loi sur le registre de commerce et un encadrement de cette activité. Etant entendu qu'une véritable liberté de commerce extérieur passe par la constitution d'un matelas de réserves de change confortable et par la convertibilité du dinar.

En attendant, l'instauration du taux de charge multiple et du marché libre de la devise, inscrits au programme de travail du gouvernement, peut contribuer à améliorer la situation et redynamiser le commerce, notamment pour ce qui est du fonctionnement de l'appareil de production et des projets jugés prioritaires<sup>22</sup>.

## 1.2. Enjeux de négociation d'adhésion à l'OMC

Le 17 janvier 2008 les membres du groupe de travail l'OMC ont examiné le projet de rapport qui décrit le régime de commerce extérieur de l'Algérie, ainsi que les réformes que celle-ci a entrepris ces dernières années pour rendre son cadre juridique et institutionnel conforme aux règles de l'OMC. Les membres du Groupe de travail ont aussi évalué les progrès accomplis dans les négociations bilatérales en cours sur l'accès aux marchés pour les marchandises et les services<sup>23</sup>. Les membres ont appelé de leurs vœux la conclusion des négociations en vue de l'accession car, selon eux, celles-ci traînaient trop en longueur. Le groupe de travail de l'OMC a réaffirmé sa volonté politique de mener cette accession à bien, mais le groupe a souligné qu'il restait beaucoup à faire avant que l'Algérie puisse devenir Membre de l'Organisation. Les principales réformes demandées à l'Algérie étaient les suivantes :

### 1.2.1. Réforme du régime commercial de l'Algérie

Les membres ont reconnu les progrès de l'Algérie en ce qui concerne la réforme de son régime de commerce, afin de le rendre pleinement compatible avec les règles de l'OMC. L'Algérie a ainsi adopté de nouvelles lois en matière d'obstacles techniques au commerce (OTC); de mesures sanitaires et phytosanitaires (SPS); de propriété intellectuelle (ADPIC); de pratiques antidumping, de sauvegardes et de mesures compensatoires; de politiques des prix; d'évaluation en douane; d'importation de produits pharmaceutiques et de boissons alcooliques; et d'exportation de viandes bovine et ovine et de palmiers.

Malgré ces nouvelles mesures législatives, les membres ont indiqué qu'il restait encore beaucoup à faire dans les domaines suivants: entreprises d'État, prix des hydrocarbures, droits de

---

<sup>22</sup>CHETTAB.N, « Etat, entreprise et marché mondial : retrait fictif de la puissance nationale et intensification de la mondialisation », Cahiers du CREAD n°58, 4<sup>ème</sup> trimestre 2001, pages 1-7, p. 6.

<sup>23</sup> Tiré du site : [www.mincommerce.gov.dz](http://www.mincommerce.gov.dz). Consulté le 9/12/2012.

commercialisation et présence commerciale, régime fiscal<sup>24</sup>. Depuis des progrès ont été réalisés notamment en ce qui concerne le prix des hydrocarbures. La question du double prix soulevée par l'UE a trouvé une solution, la Partie Algérienne ayant justifié par différents coûts la différence entre le prix de vente aux entreprises domestiques et aux entreprises étrangères.

### 1.2.2. Négociations bilatérales sur l'accès aux marchés pour les marchandises et les services

Les membres du groupe de travail ont instamment invité l'Algérie à mener à bonne fin les négociations bilatérales en cours sur l'accès aux marchés pour les marchandises et les services<sup>25</sup>. L'Algérie a achevé ses négociations avec le Brésil, l'Uruguay, Cuba, le Venezuela et la Suisse et elle doit encore faire de même avec le Canada, la Malaisie, la Turquie, la République de Corée, l'Équateur, les États-Unis, la Norvège, l'Australie et le Japon. Depuis la dernière réunion du groupe de travail l'Algérie n'a pas fait de nouvelles offres en particulier dans les services et les entreprises publiques et le prix du gaz. En ce qui concerne ce dernier point une solution a été trouvée comme cela a été indiqué plus haut. Mais le processus est au point mort, d'autant que les nouvelles dispositions prises par le gouvernement Algérien pour restreindre la participation des entreprises étrangères au capital des entreprises commerciales<sup>26</sup>. Ce régime des investissements ne semble pas compatible avec les règles de l'OMC en la matière.

### 1.2.3. Les défis relevés par l'Algérie pour adhérer à l'OMC

L'Organisation Mondiale du Commerce constitue ces dernières années un fort sujet d'actualité en Algérie. En effet, l'adhésion d'un grand nombre de pays à l'OMC ainsi que l'existence de nombreux regroupements régionaux ont entraîné une reconfiguration des relations économiques internationales<sup>27</sup>. L'accession de l'Algérie à l'OMC n'est pas une fin en soi mais un élément déterminant de la stratégie visant à poursuivre son développement économique ; elle a pour finalité d'intégrer l'économie nationale au sein de l'économie mondiale en mutation accélérée. Par ailleurs, le choix pour l'Algérie n'est pas d'accéder ou non à l'OMC, mais de poursuivre de façon déterminée les réformes économiques .

Parmi les défis auxquels l'Algérie devrait se consacrer, la restructuration et la mise à niveau de son économie, la conduite de profondes transformations dans les différents domaines de la vie économique et sociale. La trop grande dépendance de notre économie à l'égard des produits

---

<sup>24</sup> TVA et autres taxes à la consommation, les subventions à l'exportation, mesures SPS, OTC et ADPIC.

<sup>25</sup> ECO techniques, « Diagnostic sur les exportations hors hydrocarbures : Rapport final de la première phase février », 2004, p. 20.

<sup>26</sup> 30% minimum pour un partenaire Algérien et 40% pour les auxiliaires maritimes et plafonner avec rétroactivité à 49% le capital étranger pour les investissements directs ne sont pas de nature à faciliter le processus d'adhésion

<sup>27</sup> Tiré du site : [www.mincommerce.gov.dz](http://www.mincommerce.gov.dz). Consulté le 9/12/2012.

<sup>28</sup> HEDIR.M « l'économie algérienne à l'épreuve de l'OMC », éditions ANEP, Alger, 2003, p391

énergétiques et du niveau des prix sur le marché pétrolier international, fragilise les possibilités d'un processus de développement économique et social à moyen et à long terme, la crise financière qui secoue le monde est témoin de cette dépendance de l'économie algérienne vis-à-vis des hydrocarbures.

A cet effet, l'amélioration des performances des entreprises, la mise à niveau de l'environnement économique, l'harmonisation des textes en faveur des exportateurs, le ciblage plus approprié des produits à l'exportation, le développement de programmes de formation, une gestion plus rigoureuse et plus cohérente de l'information commerciale, pour ne citer que celles-là, sont autant d'actions urgentes à mettre en œuvre si l'on veut atteindre l'objectif assigné. Cependant, les indicateurs économiques de l'Algérie laissent encore apparaître une tendance à la stagnation de ses exportations hors hydrocarbures<sup>29</sup>. L'adhésion à l'OMC implique par conséquent au moment de la consolidation des grands espaces économiques de grands espaces stables politiquement, solides économiquement, élément déterminant de la stabilité de l'espace mondial.

Pour l'Algérie ne pas adhérer à l'organisation mondiale du commerce (OMC), la majorité des pays du Maghreb et de l'OPEP étant membres, et le plus grand producteur de pétrole de l'OPEP à savoir l'Arabie Saoudite ayant eu son ticket d'accès le dernier trimestre 2005 après plusieurs décennies de négociation, a certes des avantages à court terme (mono exportateur d'hydrocarbures) mais aura des répercussions négatives à moyen et long terme sur l'économie nationale en isolant le pays. Cela implique d'avoir une visibilité dans la démarche, de savoir ce que l'on veut en synchronisant les avantages comparatifs statiques avec les avantages comparatifs dynamiques. Toujours est-il que l'implication de ces accords aura des répercussions importantes sur le devenir tant de l'économie que de la société algérienne rendant nécessaire l'accélération des réformes économiques micro-économiques et institutionnelles, la stabilisation macro-économique étant éphémère sans ces réformes.

Une plus grande volonté politique et un meilleur cadre macro-économique sont aujourd'hui présents pour favoriser l'accession de l'Algérie à la plus grande organisation internationale qui organise les règles régissant le commerce dans le monde.

Le processus de réformes économiques ne sera jamais total si l'Algérie ne s'intégrait pas à cet espace multilatéral, comme elle a été amenée, au plan régional, à signer en avril 2002<sup>30</sup> un accord d'association avec l'Union Européenne qui est l'un de ses plus grands partenaires économiques, en vue de l'instauration progressive d'une zone de libre-échange.

---

<sup>29</sup>BENABDALLAH.Y, « l'économie algérienne entre réformes et ouverture : quel priorité ? », communication au colloque sur « les enjeux économiques, sociaux et environnementaux à la libéralisation des pays du Maghreb et du proche orient ». Université Hassan II, Rabat, 2007, p.01.

<sup>30</sup>SLIMANI.S, « Algérie-UE : L'Accord d'Association contesté » publié sur [www.webmanagercenter.com](http://www.webmanagercenter.com). consulté le 25/05/2015 à 4h20.



Il est permis de penser que ces accords représentent pour l'Algérie un signal, fort en direction des investisseurs tant nationaux qu'étrangers, car ils garantissent une meilleure prévisibilité dans le monde des affaires. Ils offrent aussi à l'Algérie de grandes opportunités pour son insertion dans l'espace économique mondial. L'Algérie a fait le choix stratégique de mieux s'intégrer commercialement dans son environnement aussi bien régional<sup>31</sup> que multilatéral

L'accord d'association avec l'Union européenne (UE) et la réactivation des négociations d'adhésion à l'organisation mondiale du commerce (OMC) s'inscrivent dans cette stratégie. Cette meilleure intégration constitue un des moyens de diversifier l'appareil productif dans le but d'être moins dépendant des variations des cours des hydrocarbures et de libérer le potentiel des entreprises algériennes, notamment des PME. L'adhésion à la zone arabe de libre échange (ZALE) vient apporter plus de cohérence à cette stratégie. Cette meilleure intégration constitue un des moyens de diversifier l'appareil productif dans le but d'être moins dépendant des variations des cours des hydrocarbures et de libérer le potentiel des entreprises algériennes. La faiblesse des secteurs exportateurs s'explique par l'absence de tout lobbying interne en faveur de l'entrée dans des organisations comme L'OMC ou dans des organisations économiques régionales (UE, Maghreb, ZALE, etc.). Cela explique en partie le retard pris par notre pays en la matière par rapport aux économies en développement voisines (Maroc et Tunisie).

En effet, la spécificité de l'économie algérienne qui dépend en quasi- totalité des recettes des hydrocarbures et qui avait auparavant choisi une option dirigiste réside dans le fait qu'elle se trouve devant un double dilemme :

- ❖ Celui de la nécessité de sa reconversion vers un mode de développement libérale ;
- ❖ Celui de promouvoir le secteur des exportations hors hydrocarbures.

## 2. POLITIQUES DE L'ETAT POUR LA PROMOTION DES EXPORTATIONS

En dépit du capital expérience accumulé par Algex, qui lui a permis de se positionner comme un véritable instrument de promotion du produit national à l'export, celle-ci doit redoubler d'efforts afin d'arriver à la forte maîtrise des marchés extérieurs ainsi qu'à un soutien véritable aux exportations nationales, a notamment affirmé El Hadi Mekboul. Invitant les entreprises à se remettre à niveau pour mieux s'adapter à l'environnement international. Le même responsable a relevé que la nouvelle stratégie sectorielle contenue dans le plan d'action du gouvernement pour la période 2015-2019 œuvres à apporter une impulsion nouvelle aux entreprises exportatrices, a-t-il insisté<sup>32</sup>.

---

<sup>31</sup> Opcit. P06.

<sup>32</sup> Tiré du site : [http://www.made-in-algeria.com/data\\_5/even\\_detail.php?id=54753](http://www.made-in-algeria.com/data_5/even_detail.php?id=54753). consulté le 13/01/2014.

Dans ce qui suit, nous allons énumérer et jeter de la lumière sur le déroulement et l'enchaînement des programmes exécutés par l'Etat Algérien durant la période de 2001-2014 afin d'atteindre ses objectifs.

## 2.1. Programme d'investissement publics de 2001 jusqu'à 2014

La mise à niveau est l'ensemble de mesures d'accompagnement essentielles destinées aux entreprises viables et acceptant de faire des efforts d'adaptation indispensables pour atteindre et préserver le niveau de compétitivité requis au plan international. Les programmes de mise à niveau doivent concerner quelques concepts<sup>33</sup>

En Algérie, l'idée de mise à niveau est ancienne, mais ce n'est qu'en 1998 que l'idée est adoptée concrètement<sup>34</sup>.

### 2.1.1. Le plan de soutien à la relance économique (PSRE)

Allant de la période 2001-2004 avec un portefeuille de 525 milliards de DA (7 M\$) dont l'objectif est la réduction de la pauvreté, la création d'emplois et l'amélioration du niveau de vie.

En 2001, Le gouvernement a de ce fait décidé de mettre en œuvre un programme d'investissement d'appui à la relance. Le but de ce dernier vise à instaurer une dynamisation de l'économie nationale susceptible ainsi de relancer un processus de développement durable. On ne peut concevoir qu'une économie redémarre avec un pouvoir d'achat considérablement réduit par les efforts de stabilisation et une faible croissance. Le PIB en volume a augmenté de 2.1% en 2001, contre une croissance de 2.5 pour cent l'année précédente, tandis que le taux de chômage continuait à approcher le seuil des 30 pour cent. En 2001, la croissance a été inégale entre les principaux secteurs. La part de l'agriculture dans la production totale a été de 9.2 % du PIB en 2001 contre 8 pour cent en 2000. Le secteur agricole a enregistré une croissance de 18.7 pour cent en 2001 alors qu'il avait enregistré une décroissance de 4.3 pour cent en 2000.

### 2.1.2. Le plan complémentaire de soutien à la croissance (PCSC)

Allant de la période 2005-2009 avec un portefeuille de 4125 milliards de DA (55m\$) dont l'objectif est de développer les services publics et faire face aux retards enregistrés dans la réhabilitation de l'infrastructure. Ce programme vise en grande partie les entreprises du secteur privé, constituant un important potentiel de croissance, mais dont la taille n'est pas importante mesurée par le nombre d'emplois (la taille varie entre 5 et 20 employés). Ce programme s'étale sur

---

<sup>33</sup> Les aspects sont : la modernisation des équipements ; l'amélioration des systèmes d'organisation, de gestion, de production, de formation, et de perfectionnement ; la qualité ; la certification et le marketing international ainsi que la recherche de marchés, les alliances et les partenariats.

<sup>34</sup> Conseil du gouvernement le 06/04/1998.

une période de six ans à partir de 2006. La priorité donnée à ce type d'entreprises peut être expliquée par<sup>35</sup> :

- ❖ La non prise en charge de ces entreprises par les programmes précédents de mise à niveau ;
- ❖ L'exposition à la faillite, pas de technologie, ni des techniques de pratiques managériales leur permettant de faire face à la concurrence de plus en plus rude.

Il est important de souligner que les retards enregistrés par les programmes de mise à niveau sont très préoccupants notamment pour les entreprises opérant dans les branches qui connaissent un démantèlement tarifaires dans le cadre de l'accord d'association avec L'Union Européenne. Le retard des réformes structurelles (notamment la mise à niveau des entreprises), entraînent d'importants effets négatifs sur l'industrie Algérienne en particulier dans sa partie manufacturière.

### 2.1.3. Le programme d'investissement public (PIP)

Ce programme s'étale sur la période 2010-2014 auquel est consacré un montant de 21214 M DA (286M\$), et vise principalement au développement industriel, et plus particulièrement au développement des PME-PMI vecteur de richesses et d'emplois avec une enveloppe de 150 milliards DA consacrée à la promotion de la petite et moyenne entreprise, à travers la réalisation de zones industrielles, le soutien public à la mise à niveau ainsi que la bonification de crédits bancaires.

### 2.1.4. Le programme OPTIMEXPORT

Le programme de renforcement des capacités commerciales des PME algériennes exportatrices a été lancé en 2007 et a concerné l'accompagnement d'un groupe pilote de 40 entreprises (challengers) ainsi que la formation de formateurs et de conseillers à l'export pour former et assister les entreprises exportatrices Algériennes<sup>36</sup>. Plusieurs actions ont été réalisées en 2010 dans le cadre du programme d' "Optime-Export"<sup>37</sup>. Où deux principales lacunes ont été

<sup>35</sup> Ministère de la PME et de l'Artisanat, « Programme de mise à niveau MPEA-Etude faisabilité », octobre 2003. Tiré du site : [www.pmeart-dz.org](http://www.pmeart-dz.org). Consulté le 17/05/2013

<sup>36</sup> BENINI .M : « L'absence d'autonomie d'Algex », Entretien avec le DG de l'Algex paru dans le Quotidien d'Oran, 6 novembre 2012.p.7

<sup>37</sup> Le volet informationnel : il s'agit d'analyser des filières exportatrices (position de l'offre, estimation de sa capacité de production, de sa croissance), et d'analyser la contribution des filières au potentiel de développement de l'Algérie sur les marchés extérieurs. Il s'agit aussi d'identifier les besoins en informations ;

La réalisation des business plans et stratégie export pour les entreprises du challenge ; il s'agit aux termes d'entretiens réalisés avec les entreprises concernées d'arrêter un plan d'actions pour chacune d'elles, en fonction des stratégies et de conditions de réussite ;

Le volet de l'accompagnement à l'export : il porte sur la réalisation des études de marché et des panoramas sectoriels au profit des entreprises du groupe pilote «Challengers Optime-export», ainsi que l'accompagnement des challengers dans diverses manifestations à l'étranger avec des visites guidées dans des halls d'importateurs, et l'assistance de celles-ci dans leur démarche de prospection des marchés étrangers.

détectées, en plus d'un nombre réduit d'entreprises concernées par ces programmes (moins d'une centaine), ces derniers ne comportent pas de volet spécifique à l'exportation, ça d'une part et d'autre part, les entreprises concernées ne s'inscrivent pas dans la logique d'exportation, mais simplement dans une perspective de préservation des parts du marché.

## 2.2. Organismes intervenants et dispositifs d'appuis pour soutenir les exportations

La volonté des pouvoirs publics est de tout mettre en œuvre en vue de réunir les conditions favorables pour faciliter l'acte d'exporter», a certifié le gouvernement algérien, pour qui le potentiel national à l'exportation dans le secteur public soit évolué d'avantage<sup>38</sup>. Nous verrons les options suivis par l'Etat.

### 2.2.1. Les mesures institutionnelles

Le processus de libéralisation du commerce extérieur enclenché au début des années 90 et devant impulser le développement des échanges extérieurs, et notamment des exportations hors hydrocarbures, a nécessité la création de diverses structures d'appui. L'amélioration<sup>39</sup> du cadre institutionnel s'est notamment traduite par :

- ❖ L'Office Algérien de Promotion du Commerce Extérieur;
- ❖ La création de la Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportations;
- ❖ Conseil National Consultatif de Promotion des Exportations ;
- ❖ La chambre algérienne de commerce et d'industrie.

#### 2.2.1.1. l'Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX)

A partir de 1995, l'administration économique s'est engagée dans une démarche visant à proposer un dispositif pour soutenir le développement des exportations. Le contenu de ce dispositif, est d'ordre institutionnel, fiscal, douanier, organisationnel (facilitation des procédures) et financier (soutien direct). *Le décret exécutif n°96-327 du 01.01.1996*<sup>40</sup> a créé l'Office Algérien de Promotion du Commerce Extérieur<sup>41</sup> (PROMEX)<sup>42</sup> chargé de promouvoir le commerce extérieur d'une façon générale mais particulièrement de mener une action orientée principalement sur le développement des exportations hors hydrocarbures et de contribuer à la « mise en œuvre de l'instrumentation publique de soutien aux exportations ». « L'Agence Nationale de Promotion du Commerce

<sup>38</sup> Source : <http://www.lechiffredaffaires.net/>

<sup>39</sup> Source : <http://www.vitamedz.com/fr/Alger/Institutions-de-commerce/2/Articles/1.html>

<sup>40</sup> Ordonnance N° 96-06 du 10 Janvier 1996 du décret exécutif n°96-327 du 01.01.1996 du journal officiel 1996.

<sup>41</sup> L'instruction comptable a été mise en place par les services du trésor le 25 Août 1996.

<sup>42</sup> Cet office a, aux termes de l'article 1<sup>er</sup> article du décret n° 96-327, un statut d'établissement public à caractère administratif.

Extérieur » (ALGEX) créée en Juin 2004<sup>43</sup>, a mis fin à l'existence de PROMEX. Ce changement a été dicté par la nécessité de doter cette institution de moyens suffisants pour lui permettre d'intervenir plus efficacement dans les nouvelles missions<sup>44</sup> qui lui sont dévolues

La participation en 2007 avec l'Agence Française de Développement à l'élaboration et la mise en œuvre du nouveau programme pour les PME algériennes hors hydrocarbures à l'export dans le cadre du programme « OPTIME-EXPORT », lancé en 2007 et prendra fin en 2009.

Le budget alloué à ce programme est de 2,5 Millions d'€, 2,1 Millions d'€ par l'AFD, Agence Française de Développement, le complément provenant des pouvoirs publics algériens<sup>45</sup>

Les principales missions tracées dans ce programme sont :

- ❖ Développer l'offre de l'Information commerciale à l'international ;
- ❖ Renforcer la Formation et la professionnalisation aux techniques du commerce international ;
- ❖ Accompagner les entreprises algériennes à la conquête des marchés étrangers ;
- ❖ Palier la carence en informations fiables et régulières des entreprises ;
- ❖ Permettre aux entreprises de déterminer le positionnement de l'Algérie dans le commerce mondial ;
- ❖ Identifier les principaux importateurs, les secteurs porteurs, les marchés cibles ;
- ❖ Observer et analyser la concurrence ;
- ❖ Mieux les aider dans leurs démarches à l'international.

#### 2.2.1.2. La création de la Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportations (CAGEX)

La création de la Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportations (CAGEX) remonte à 1996<sup>46</sup>, la Cagex<sup>47</sup> est une entreprise publique économique, dotée d'un capital social de 670 millions de dinars repartis, à parts égales, entre 10 actionnaires du secteur public (5 banques et 5 compagnies d'assurances), son chiffre d'affaire s'élève à 9,9 milliards de Dinars

<sup>43</sup> Décret exécutif n° 04-173 du 23 Rabie Ethani 1425 correspondant au 12 juin 2004 du journal officiel n° 31, portant composition et fonctionnement du conseil national consultatif de promotion des exportations

<sup>44</sup> « Algex » agence chargée de promotion du produit algérien et de diversification des exportations à travers ses différentes missions qui se résument par la participation à la définition de la stratégie de promotion du commerce extérieur et sa mise en œuvre après son adoption; Analyse des marchés mondiaux et réalise de la prospection globales et sectorielles sur les marchés extérieurs; l'élaboration d'un rapport annuel d'évaluation sur la politique et les programmes d'exportation; La gestion de systèmes d'informations statistiques sectorielles et globales sur le potentiel national à l'exportation et sur les marchés extérieurs; Un système de veille sur les marchés internationaux et leur impact sur les échanges commerciaux de l'Algérie; Fait la conception et diffusion de publications spécialisées et notes de conjoncture en matière de commerce international; Suivi et encadrement de la participation des opérateurs économiques nationaux aux différentes manifestations économiques, foires, expositions et salons internationaux;

<sup>45</sup> Le site officiel d'OPTM-EXPORT. « [www.optimexport-dz.org](http://www.optimexport-dz.org) »

<sup>46</sup> Source: <http://www.cagex.dz/prsentation.html>

<sup>47</sup> infra page 15

Algérien à sa création. Elle a pour mission de prendre en charge l'assurance du risque commercial et politique<sup>48</sup>.

En effet, la Cagex est chargée d'assurer, pour le compte de l'Etat et sous son contrôle, les risques commerciaux où elle engage ses fonds propres, afin de couvrir les différents risques qui peuvent surgir lors de la signature des contrats d'échanges. Il s'agit notamment de risques nés de contrats d'exportations, avec des acheteurs publics ou privés, et des risques de nature politique liés à la situation des pays débiteurs. Ses missions s'inscrivent dans le cadre du dispositif mis en place par les pouvoirs publics pour promouvoir et encourager les exportations hors hydrocarbures dans une logique de sécurisation des opérateurs exportateurs, de soutien accru dans leur approche des marchés extérieurs, et ce, par l'octroi de garanties couvrant les risques d'insolvabilité des acheteurs étrangers et par un soutien logistique en termes d'informations commerciales et économiques sur ces marchés.

La Cagex est spécialisée entre autres dans l'assurance du crédit à l'exportation genre d'assurance qui se démarque des assurances classiques par le fait qu'elle se définit à mi-chemin entre le concept d'assurance et le concept financier. En effet, de par les garanties qu'elle offre contre les risques d'impayés, elle constitue une valeur de nantissement qui peut être transférée au profit des banques qui financent les opérations d'exportation. Ce principe est consacré par la loi en vertu du droit au transfert des indemnités au profit de la banque ou de l'établissement financier ayant financé l'opération d'exportation de l'assuré. C'est dans ce sens, donc, qu'elle se démarque des assurances de biens ou de personnes, puisque l'assurance crédit se définit comme la garantie contre le risque d'insolvabilité de débiteurs déterminés. Le préalable à toute souscription est l'évaluation du risque couvert. Les produits d'assurance crédit sont variés et adaptés à toutes les phases du processus d'exportation<sup>49</sup>

Le champ d'intervention de la Cagex ne se limite pas aux opérations d'exportation, mais elle intervient aussi dans le marché domestique, puisqu'elle met à la disposition des opérateurs locaux, l'assurance crédit interentreprises sauf que jusqu'à maintenant le nombre d'entreprises qui sont couvertes par l'assurance ne dépasse pas 60 sur 800<sup>50</sup> entreprises exportatrice, soit 8%.

### 2.2.1.3. Conseil National Consultatif de Promotion des Exportations

Le Conseil National Consultatif de Promotion des Exportations en Juin 2004<sup>51</sup>, a comme

---

<sup>48</sup> Elle sera lue dans le titre qui va suivre.

<sup>49</sup> LAMRIBEN.H« Compagnie algérienne d'assurances et de garantie des exportations : De nouveaux produits pour les exportateurs ». El Watan du 08 Mars 2009.

<sup>50</sup> ALLANE.S« Encourager et accompagner les exportations hors hydrocarbure » Revue Partenaires N° 59 du Janvier 2006, Mensuel de "la chambre française du commerce et d'industrie en Algérie". disponible sur : www.cna.dz. Le 29 Septembre, 2009, pages23-26. p26.

<sup>51</sup> Source du CNCPE.

rôle de contribuer à la définition des objectifs et de la stratégie de développement des exportations et de procéder à l'évaluation des programmes et actions menées et enfin de proposer toute mesure devant favoriser l'expansion des exportations hors hydrocarbures.

#### 2.2.1.4. La chambre Algérienne de commerce et d'industrie

La chambre algérienne de commerce et d'industrie (CACI) est instituée par le décret exécutif n ° 96-94 du 03 mars 1996. Cet établissement public à caractère commercial et industriel prend en charge les intérêts professionnels des milieux d'affaire en concertation avec les pouvoirs publics.

La CACI est constituée d'un ensemble de chambres de commerce et d'industrie, réparties à travers le territoire national. Elle met en œuvre au profit de ses adhérents un ensemble d'actions : Un fonds documentaire constitué de manuels, ouvrages, revues spécialisées, notes et périodiques, statistiques, lois et réglementations ; Un répertoire des entreprises algériennes contenant leurs coordonnées, activités, produits et prestations fournies ; elle assiste et conseille en matière de fiscalité, comptabilité et finances, droit et réglementation ; Certifie les documents commerciaux : factures, attestations ;

La CACI vise les certificats d'origine des marchandises destinées à l'exportation ; Délivre des carnets ATA<sup>52</sup> dispensant les entreprises à présenter des cautionnements cash exigés par les administrations douanières des pays partenaires commerciaux, lors de l'admission temporaire des matériels professionnels ou des produits destinés à l'exposition dans les foires et manifestations commerciales internationales. La CACI aide à rechercher des partenaires étrangers à travers le BRE (bureau de rapprochement des entreprises) initié par l'Union européenne ; Assure la formation et le perfectionnement du personnel des entreprises dans les filières marketing, douanes, comptabilité et finance, droit, ... ; et enfin Organise des expositions, des missions commerciales à l'étranger, et des rencontres entre les hommes d'affaires algériens et étrangers<sup>53</sup>.

#### 2.2.2. Les exonérations fiscales

Les principaux avantages fiscaux accordés aux exportateurs sont :

##### 2.2.2.1. La taxe sur l'activité professionnelle (TAP)

Elle n'est pas comprise dans le chiffre d'affaires servant de base à la TAP: le montant des opérations de vente, de transport ou de courtage qui portent sur des objets ou marchandises destinés

---

<sup>52</sup> Le carnet A.T.A. (sigle qui provient des expressions françaises et anglaise "Admission temporaire" et "temporary admission") est un document utilisé pour faciliter les échanges internationaux en simplifiant les formalités douanières tout en réduisant les coûts de ces opérations.

<sup>53</sup> Tiré le site : [www.caci.dz](http://www.caci.dz). Consulté le 07/12/2012.

directement à l'exportation, y compris toutes les opérations de processions ainsi que les opérations de traitement pour la fabrication de produits pétroliers destinés directement à l'exportation<sup>54</sup>.

#### 2.2.2.2. La taxe sur la valeur ajoutée (TVA)

Les affaires de vente qui portent sur les marchandises exportées, et les affaires de vente qui portent sur des marchandises d'origine nationale livrées aux magasins sous-douane légalement institués, sont exemptées de la taxe sur la valeur ajoutée conformément aux dispositions de l'article 13 du code des TCA<sup>55</sup>. Ils sont néanmoins, exclues de cette exemption les ventes effectuées à l'exportation par les antiquaires et pour leur compte et portant sur les curiosités, antiquités, livres anciens....etc.

#### 2.2.2.3. L'impôt sur les bénéfices des sociétés (IBS)

Bénéficiaire de l'exonération de l'impôt sur les bénéfices des sociétés, les opérations de ventes et les services destinés à l'exportation, à l'exception des transports terrestres, maritimes et aériens, les réassurances et les banques. Cette exonération<sup>56</sup> s'applique au prorata du chiffre d'affaires exportation par rapport au chiffre d'affaires global, quand l'entreprise réalise à la fois des ventes à l'exportation et des ventes locales. Ces avantages sont accordés aux entreprises qui exercent une activité destinée exclusivement à l'exportation et aux investisseurs qui réalisent une partie de leur chiffre d'affaires à l'exportation.

#### 2.2.3. L'appui financier

L'Etat Algérien a mis en disposition des entreprises des fonds pour les soutenir durant leurs transactions à l'internationale. Deux fonds ont été mis dont le FSPE et le FNRDA.

##### 2.2.3.1. Fonds spécial pour la promotion des exportations hors hydrocarbures (FSPE) :

Le fonds spécial pour la promotion des exportations, institué par la loi de finances pour 1996, constitue le principal instrument incitatif des exportations hors hydrocarbures. Ce fonds prend actuellement, en charge deux types de remboursement<sup>57</sup>

**Premièrement,** le FSPE couvre les frais de participation des entreprises algériennes aux

<sup>54</sup> Ministère du commerce-Direction de la promotion des exportations, « Recueil relatif aux avantages et facilitations accordées aux exportations hors hydrocarbures », Avril 2007, Paris, p. 11.

<sup>55</sup> Ordonnance n°08-02 du 24 juillet 2008, du journal officiel 2008, portant loi de finances complémentaire pour 2008.

<sup>56</sup> Commission Economique des NU pour l'Afrique: " Principes directeurs relatifs au renforcement de la gouvernance économique et des entreprises en Afrique", Paris, (2002)

<sup>57</sup> ALI BEY.N, vice président anexas et consultant international de la « les exportations hors hydrocarbures des USA » Revue d'Algex, numéro spécial, 2010, pages 67-75. p67.



foires et expositions, que ce soit à l'étranger ou au niveau national avec des taux différents pour chaque participation. Les taux de couvertures des frais de participation par le fonds se répartissent comme suit:

- ❖ 80%, dans le cas d'une participation aux foires et expositions inscrites au programme officiel ;
- ❖ 100%, dans le cas d'une participation revêtant un caractère exceptionnel ou se limitant à la mise en place d'un guichet unique ;
- ❖ 50%, dans le cas d'une participation individuelle aux autres foires ne figurant pas au programme annuel officiel.

L'aide peut également être attribuée à une entreprise organisatrice de manifestations économiques. La publicité élaborée doit mentionner, dans une langue usitée au niveau du commerce international et éventuellement dans la langue du pays hôte de la manifestation, toutes les indications relatives à l'événement en question, à savoir : intitulé de la foire, période, lieu ...etc.

**Deuxièmement**, le fonds participe au financement des frais de transport. Ainsi le fonds prend en charge (25%) des frais de transport sur chaque opération d'exportation. Un taux uniforme pour toutes les destinations et tous les produits sauf pour les dattes (80%) et ce, pour toutes destinations de ce produit. A cette aide font exception les déchets, des produits de récupération ainsi que des peaux brutes, préparées ou semi-finies qui ne sont pas éligibles à l'aide de l'Etat en matière de transport; et de toute marchandise exportée dans le cadre d'un accord intergouvernemental de remboursement de dette<sup>58</sup>.

Les deux formes d'aides précitées sont effectives depuis 1998. D'autres aides importantes devaient être mises en œuvre par le fonds, mais elles ne l'ont pas été à ce jour. Il s'agit de la prise en charge des coûts liés à l'adaptation des produits destinés à l'exportation. Et celle des dépenses liées à l'étude des marchés extérieurs, à l'information des exportateurs et à l'étude de l'amélioration de la qualité des produits destinés à l'exportation. Notamment la prise en charge d'une partie des dépenses de prospection supportées par les exportateurs.

Suite à la clôture d'un round de négociation avec l'OMC, un décret supprime le remboursement des frais engagés au titre de la manutention et du transport interne des marchandises destinées à l'exportation par le FSPE. Ainsi a été promulguée la participation de l'Etat dans le coût du fret qui sera reversée jusqu'à fin 2008 à hauteur de 50% pour les produits agricoles et de 25% pour les marchandises non agricoles<sup>59</sup>.

---

<sup>58</sup> Voir le site officiel de l'Algex. « [www.algex.dz](http://www.algex.dz) ».

<sup>59</sup> ZENTA.M, « Subventions aux exportations hors hydrocarbures L'Algérie cède face à l'OMC ». El Watan du 26. 02. 2008

### 2.2.3.2. Le Fonds National de Régulation et Développement Agricole

Institué par la loi de finances pour 2000, le Fonds National de Régulation et de Développement Agricole (FNRDA), est destiné à apporter un soutien financier à tout exportateur intervenant dans le domaine de l'exportation de dattes. Le soutien accordé par le FNRDA concerne:

❖ La prise en charge partielle du taux d'intérêt du crédit d'exploitation accordé par les banques Algériennes à hauteur de trois pour cent (3%) et ce, au titre du crédit consommé dans la limite du montant du chiffre d'affaires réalisé à l'exportation durant la même période.

❖ L'octroi d'une prime d'incitation à l'exportation de : Cinq (5) Dinars par Kilogramme pour les dattes en vrac (dattes naturelles ayant subi les opérations de désinsectisation, de triage et de mise en emballage allant jusqu'au 12Kg) ; et de Huit (8) Dinars par Kilogramme pour les dattes conditionnées en emballages divisionnaires d'un Kg et moins<sup>60</sup>.

### 2.2.4. Facilitations à l'export

En plus des incitatifs à l'exportation, d'autres mesures connexes, qui tendent à faciliter l'exportation et la simplification des procédures, ont été instituées par les pouvoirs publics, aussi bien dans les ports et aéroports, aux frontières terrestres, que dans les circuits administratifs qui sont impliqués en amont ou en aval de la gestion du processus d'exportation. Nous en citerons les principales.

#### 2.2.4.1. Facilitations douanières

Exonérées de droits de douane, les exportations sont particulièrement encouragées et facilitées. C'est ainsi que pour faire face aux préoccupations des exportateurs, l'administration des douanes a procédé à l'allègement de certaines procédures douanières telles que : La dispense de caution dans le cadre de l'admission temporaire d'emballages vides destinés aux marchandises à l'exportation et de marchandises pour perfectionnement actif (transformation) destinées à l'exportation. Celle-ci s'applique aussi pour les exportations temporaires de marchandises pour perfectionnement passif (ouvraison) destinées à l'exportation définitive ;

La vente en consignation ou « vente au mieux » facilitée par le dépôt d'une déclaration d'exportation incomplète et par la possibilité de procéder après la vente des produits à une régularisation par le dépôt d'une déclaration complémentaire reprenant les éléments non communiqués lors de l'expédition ; L'exportation sans formalités d'échantillons gratuits, dont la valeur commerciale est fixée à 30.000,00 DA avec un titre de passage en douanes (TPD) pour les exportations réalisées par route ; même que le circuit vert, qui permet la validation de la déclaration

---

<sup>60</sup> Décision interministérielle n°130 du 10-12-2002 modifiant et complétant les dispositions de la décision interministérielle n°767 du 24 octobre 2001, portant soutien de l'Etat aux exportations des dattes

d'exportation sans vérification des marchandises<sup>61</sup>

Le carnet ATA qui constitue une procédure simplifiée d'admission temporaire, notamment pour les échantillons et pour la participation aux foires à l'étranger. Le carnet ATA qui est délivré exclusivement par la Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie (CACI), est valable pendant un (01) an.

En effet, l'Algérie a réduit significativement ses tarifs douaniers notamment après la signature de l'accord d'association avec l'UE. En 2001, la structure tarifaire a été réduite à trois taux. Le taux maximum a été ramené de 45 à 40% et à 30 seulement à la veille de la signature de l'accord d'association avec l'Union Européenne. En termes nominaux, ce démantèlement partiel a fait passer la moyenne simple non pondérée de 23.4% à 17.5 seulement. L'Algérie passe d'une situation très protégée à une situation de grande ouverture<sup>62</sup>.

Néanmoins, la baisse de la part des régimes douaniers économiques enregistrés à l'importation (de 40,16% à 22,50%) et la part quasi insignifiante de ces derniers à l'exportation révèlent une réalité économique orientée globalement vers la mise à la consommation (Régime définitif). L'usage des mécanismes douaniers destinés à la promotion des échanges (Admission temporaire, entreposage, transformation etc.) Et surtout à l'appui de l'exportation, (perfectionnement actif) demeure bien en deca des normes requises<sup>63</sup>.

Ces régimes ont évolué très rapidement (ils ne représentaient que 8% des importations et 12% des exportations en 1980). En 2000, les réexportations consécutives à l'admission temporaire représentaient 73% des exportations de demi-produits, 62% des exportations de produits finis d'équipement et 55% des produits finis de consommation. La plupart de ces réexportations ont lieu dans la même branche. Il s'agit donc d'un commerce intra-branche d'une qualité plus élevée pour le Maroc qui importe les imputés et réexporte les produits finis ou semi-finis<sup>64</sup>.

#### 2.2.4.2. Facilitations portuaires

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

---

<sup>61</sup> Le service des douanes en Algérie offre aux exportateurs : Des magasins et aires de dépôt temporaires à l'exportation ou à la réexportation, qui permettent aux exportateurs de placer leurs marchandises dans les locaux appropriés (dans les ports, aéroports, gare ferroviaire ou postes frontaliers terrestres) en attendant leur embarquement à destination de l'étranger et de libérer les intéressés de leurs obligations éventuelles envers l'administration des douanes, et le remboursement de la TVA et autres débours;

Les exportations de marchandises vers les entrepôts étrangers (pour saisir d'éventuelles opportunités de ventes à partir de l'étranger), qui permettent aux exportateurs de déposer, lors de l'expédition, une déclaration d'exportation temporaire incomplète, à charge pour eux de procéder à sa régularisation après la vente par une déclaration complémentaire surtout en matière de contrôle des changes ;

<sup>62</sup> FEMISE: « Un essai de mesure de l'impact des accords d'association sur les prix à la production et les prix à la consommation ». Ouverture commerciale et compétitivité de l'économie paris, Avril 2005.p 19.

<sup>63</sup> DJEBARA.A.C, « Les relations douane - entreprise : De la suspicion à la confiance réciproque » International Trade Customs And Invest Services I.T.C.I.S. guide de ITCIS, Avril 2006. page 67-79, p 67..

<sup>64</sup> Disponible sur le site : <http://www.douane.gov.dz/>

- ❖ L'affectation d'un magasin aménagé à recevoir en priorité les marchandises destinées à l'exportation.
- ❖ Une franchise de 10 jours pour le paiement des frais d'entreposage et de magasinage avant embarquement, des marchandises d'origine algérienne destinées à l'exportation;
- ❖ Des dégrèvements modulés des frais de manutention et d'acconage<sup>65</sup>, pour les cargaisons à exporter, selon la régularité et le volume des opérations ;
- ❖ L'ouverture d'un bureau de liaison permanent de l'entreprise portuaire pour informer les opérateurs et faciliter les expéditions des exportateurs.

Cependant, beaucoup de problèmes persistent notamment en ce qui concerne l'handicap de la durée ou le temps de séjour des marchandises dans les ports algériens qui reste l'un des plus longue dans la région MENA, comme le souligne A.C. Djebara : ...compte tenu du prolongement du temps de séjour des marchandises au port et aéroport (Manutention, transport) qui dépasse parfois le délai d'un mois si ce n'est plus<sup>66</sup>. Elle est de 16 jours pour les navires céréaliers au port d'Alger qui reste le seul à posséder le poste céréaliers le plus important 30000 tonnes.

Selon une enquête, menée par la Banque Mondiale au début de 2001, montrait que 93% des exportateurs et 66% des importateurs avaient peu ou pas de problème avec les procédures douanières. Les délais de dédouanement sont passés de une heure, en janvier 2002, à 39 minutes, en mars 2004, soit mieux qu'en Thaïlande et en Corée du Sud<sup>67</sup>.

### 3. STRATEGIE COMMERCIALE EN ALGERIE ET LES ASSURANCES

L'Algérie ne faisait pas parti d'aucun système commercial bilatéral ou multilatéral ou encore régional. Le processus de son ouverture se manifeste par l'adoption d'une stratégie menée à deux niveaux : Le premier est multilatéral, lors d'accession à l'Organisation Mondiale de Commerce<sup>68</sup>.

Le deuxième est bilatéral / régional, la dynamique est impulsée par le processus de Barcelone<sup>69</sup>, qui constitue la base des relations avec les l'Union Européenne.

<sup>65</sup> Acconage : Le chargement et le déchargement des marchandises à l'aide d'embarcation appelée acons.

<sup>66</sup> DJEBARA.A, Op cite. Page 82

<sup>67</sup> Elèves de l'ENA « facilitation de commerce dans la chaîne logistique », mémoire de séminaire, 4eme année, section douane, promotion 37, 2003/2004.

<sup>68</sup> L'Organisation mondiale du commerce (OMC) est la seule organisation internationale qui s'occupe des règles régissant le commerce entre les pays. Sa principale fonction est de favoriser autant que possible la bonne marche, la prévisibilité et la liberté des échanges.

<sup>69</sup> La Conférence de Barcelone (1995), organisée par la présidence tournante de l'UE détenue alors par l'Espagne, a réuni pour la première fois les ministres des affaires étrangères des États membres de l'Union et leurs collègues des pays riverains de la Méditerranée : l'Algérie, Chypre, l'Égypte, Israël, la Jordanie, le Liban, Malte, le Maroc, la Syrie, la Tunisie, la Turquie, l'Autorité palestinienne, et, en qualité d'observateur, la Mauritanie. Une déclaration finale a fondé le Processus de Barcelone, nom couramment donné au Partenariat euro-méditerranéen (PEM) également appelé Euromed. Ses objectifs et ses modalités s'articulent autour de trois volets : coopération politique et de sécurité, coopération économique et financière, coopération culturelle et sociale. L'objectif final est de créer une "zone de prospérité partagée" dans une Zone de libre-échange euro-méditerranéenne (ZLEM) engagée à partir de 2010.

### 3.1. La stratégie commerciale

Différentes formes sont utilisées et sont résumés par ce qui suit :

#### 3.1.1. Les principales réformes des instruments de la politique commerciale:

La nécessité d'insertion l'économie algérienne dans une économie mondiale et régionale, a poussé le gouvernement d'engager des réformes afin de faciliter cette insertion<sup>70</sup>.

- ❖ La réduction de la protection tarifaire et non tarifaire (Droit additionnel Provisoire levé en 2005, notamment à partir de mise en œuvre de l'accord d'association avec l'Union Européenne

- ❖ La levée des interdictions et restrictions quantitatives à l'importation désormais aucun produit n'est interdit à l'importation.

- ❖ La simplification des formalités des dédouanements.

- ❖ Le Contingentement sur l'importation des produits agricoles conformes aux règles de l'OMC et aux accords euro méditerranée.

- ❖ L'Adhésion aux principes de l'accord sur les Aspects des droits de Propriété intellectuelle qui touchent le Commerce (ADPIC).

- ❖ L'Adoption des conventions commerciales internationales.

- ❖ L'application des mesures antidumping et des mesures compensatoires se limite aux situations avérées, dans lesquelles les importations ciblées font l'objet d'un dumping ou d'une subvention.

#### 3.1.2. Evolution des droits de douane dans le cadre d'accord d'association avec l'Union Européenne

La liberté de circulation pour le moment concernée par l'accord touche les produits industriels sauf le textile, et les services. Les échanges des produits agricoles ne se sont pas concernés. Cette liberté de circulation des produits industriels se fera selon la nature des biens : Pour les produits d'équipements la levée totale des taxes dès la rentrée en rigueur de l'accord. Pour les biens intermédiaires la levée des droits de douanes s'est faite d'une manière progressive qui s'étale sur 7 ans à partir la rentrée en rigueur de l'accord. Pour les biens de consommations les droits de douane progressent comme le montre le tableau n° 04:

---

<sup>70</sup> Un dossier de la Documentation française : "Union européenne et Méditerranée". Dix ans après le lancement d'une nouvelle politique méditerranéenne de l'Union européenne, où en est-on du partenariat euro-méditerranéen ? Tiré du site : <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/barcelone-processus-de-et-partenariat-euro-mediterraneen-pem>

**Tableau N°04:** Evolution des DD en Algérie des les biens de consommation à partir de 2008 avec prévisions (2016-2017).

Années	2008	2010	2012	2014	2016	2017
<b>Droit de douane</b>	80%	60%	40%	20%	5%	0%

Source : douanes algériennes tiré du site <http://www.douane.gov.dz/>

Comme on a vu dans le premier titre les politiques commerciales regroupent l'ensemble des interventions afin de modifier les conditions des échanges des produits avec l'extérieur. Le cas de l'Algérie avec l'élimination des restrictions quantitatives, les instruments les plus déterminants qui régissent l'activité commerciale ce sont les droits de douane et la politique de change. Les taux retenus depuis 2004 (00% pour des biens d'équipements, 15% pour des demis -produits et 30% pour des produits de consommations) d'après les statistiques douanières de cette année.

3.1.3. Part des droits douane dans les recettes budgétaires en % de PIB

Le tableau suivant le démontre la part de droit de douane:

**Tableau N°05 :** La part des droits de douane en % du PIB entre 2004-2015

Années	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
%	6.9	7.3	8.0	8.3	8.3	8.1	7.9	7.9	7.8	7.6	7.6	7.6

Source : FEMISE, « Profil pays Algérie- institut de la méditerranée », France Economic Research Forum, Lyon, été 2005.

Les droits de douane représentent entre 7% et 8% ; dans un contexte où le budget est excédentaire. la réduction de taux n'influence pas sur l'équilibre budgétaire. Dans le cas ou le budget serait équilibré la réduction des droits de douane contribue à l'aggravation du déficit budgétaire.

3.1.4. Taux de protection global et sectoriel

Le tableau suivant, nous montre l'importance et le degré d'intérêt de chaque secteur pour les deux parties opposantes de la méditerranée.

**Tableau n°06 :** taux de protection global Agriculture, Industriel

	global	agriculture	industriel
<b>Algérie</b>	13.8%	19.6%	13.7%
<b>Union Européenne</b>	3.1%	15.9%	2.4%

Source: FEMISE, op.cit.

Le taux de protection global est très élevé en Algérie par rapport à l'Union Européenne, le secteur agriculture est plus protégé par rapport au secteur industriel dans l'Union Européenne et l'Algérie.

### 3.2. Les assurances en Algérie

Pour bénéficier des produits de la CAGEX, un ensemble d'étapes doivent être effectuées.

#### 3.2.1. La demande du client

La CAGEX est amenée à demander à l'exportateur des renseignements sur son entreprise, son activité à l'exportation, le type de clientèle avec laquelle il commerce, la durée de crédit généralement consentie, le chiffre d'affaires à l'exportation, ainsi que les renseignements détaillés sur sa clientèle étrangère.

##### 3.2.1.1. Le choix de la police d'assurance

La police délivrée à un assuré doit avant tout répondre à ses besoins. parce que la CAGEX présente une gamme variée de produits

##### 3.2.1.2. L'engagement de l'assuré

Après avoir souscrit une police, l'assuré doit respecter ses engagements contractuels en déclarant son chiffre d'affaires, en informant l'assureur de chaque incident de paiement et cela pour une bonne gestion de la police d'assurance. Il est par ailleurs utile que l'opérateur communique à la CAGEX toutes les informations en sa possession qui permettraient d'abord d'identifier l'acheteur et éventuellement d'apprécier le risque à couvrir.

##### 3.2.1.3. Configuration de la police

Une police d'assurance comprend deux séries de clauses différentes : les conditions générales et les conditions particulières.

##### 3.2.1.4. En cas de sinistre

Si le sinistre se réalise, l'assuré est tenu de déclarer toutes les créances qui n'ont pas été payées et ce, pour permettre à l'assureur de faire toutes les démarches nécessaires pour minimiser le sinistre. L'enregistrement de la demande d'intervention enclenche un traitement prés contentieux du dossier avec le concours du réseau de partenaires de la CAGEX. Une fois tout les dégâts ont été déclarés, un traitement devrait se faire, on résume ce ci par :

### 3.2.1.5. La négociation l'amiable

Elle est prioritaire, car la meilleure chance de recouvrement se situe dans cette étape. Parce que la CAGEX demande à l'assuré de lui fournir tous les documents nécessaires pour le recouvrement de la créance dans le but de rendre plus efficace l'intervention des partenaires de la CAGEX dans le pays de l'acheteur.

### 3.2.1.6. La procédure judiciaire:

Elle est l'ultime étape dans le processus de recouvrement de la créance. On y arrive lorsque les démarches précédentes ont été infructueuses.

### 3.2.1.7. Le recouvrement:

Après que l'assuré ait déclaré l'impayé, l'assureur entame toutes les procédures nécessaires à la récupération du montant de l'impayé auprès du débiteur.

### 3.2.1.8. L'indemnisation

L'indemnisation s'effectue par la CAGEX en cas de sinistre l'indemnisation suppose : le respect des réglementations algériennes et étrangères (pays de l'acheteur ou de destination de la marchandise) ; mais aussi le respect des obligations contractuelles par l'assuré. Cette indemnité est versée dans les 60 jours suivant le délai constitutif de sinistre qui est de 2 à 6 mois selon le montant pour les impayés d'origine commerciale, politique, de catastrophes naturelles, ou dus à un non transfert de fonds versés localement par l'acheteur. Et Elle est fixée à :

❖ A l'exportation:

- 80% pour la couverture du risque commercial.
- 90% pour la couverture du risque politique et assimilé.

❖ En matière de crédit inter entreprises à auteur de 70%.

### 3.2.2. Produit offert par la CAGEX

La CAGEX met à la disposition de l'assuré toute l'assistance nécessaire en matière de choix des modes et modalités de paiement, de mise en place de sûreté, et de choix de techniques d'exportation et de sélection des acheteurs<sup>71</sup>. Cela est représenté par différents polices Les polices d'assurances que propose CAGEX aux exportateurs<sup>72</sup>:

<sup>71</sup> Ordonnance 96-06 du 10 janvier 1996 relative à l'assurance-crédit à l'exportation.

<sup>72</sup> [http://www.elmouwatin.dz/IMG/article\\_PDF/article\\_a5297.pdf](http://www.elmouwatin.dz/IMG/article_PDF/article_a5297.pdf)



### 3.2.2.1. Police globale:

Elle consiste à couvrir l'ensemble du chiffre d'affaires annuel à l'exportation réalisé et dont la durée de paiement ne dépasse pas les 180 jours<sup>73</sup>. C'est une sorte de garantie contre le non paiement des créances résultant de: l'insolvabilité ou de la carence de l'acheteur et du faits politiques, de catastrophes naturelles ou de non transfert.

### 3.2.2.2. Police individuelle

Elle consiste à couvrir individuellement les contrats de biens et services, des marchés de travaux ou d'études. La garantie peut couvrir, à la convenance de l'opérateur, les risques de crédit ainsi que les risques d'interruption de marché ou de fabrication.

### 3.2.2.3. Assurance crédit acheteur:

Elle permet une garantie de paiement à la banque (assurant le financement) au titre du risque de crédit et une garantie à l'exportateur au titre du risque de fabrication ou d'interruption de marché.

### 3.2.2.4. Assurance prospection foires et expositions:

Elle consiste à couvrir le risque de non rapatriement des matériels et/ ou produits exposés, le risque de non transfert des fonds provenant des ventes effectuées lors de la manifestation commerciale.

### 3.2.2.5. Assurance crédit interentreprises:

Elle permet de couvrir les risques de non paiement, à échéance(s) convenue(s) des montants dus, pour les transactions commerciales interentreprises en Algérie.

### 3.2.2.6. Offre d'informations économiques et commerciales:

Elle consiste à offrir à l'assuré des informations sur les acheteurs étrangers, les systèmes juridiques, politiques, économiques et commerciaux de leurs pays respectifs.

### 3.2.2.7. Assistance au recouvrement des créances:

Le recouvrement concerne les créances détenues par les opérateurs algériens sur des acheteurs étrangers.

Le recouvrement des créances s'adresse à l'ensemble des opérateurs de droit algérien assurés ou non assurés.

---

<sup>73</sup> <http://www.cagex.dz>.

### 3.2.2.8. Notation des entreprises:

Elle consiste à anticiper l'existence d'un éventuel risque de défaillance des entreprises. Cette notation permet: un diagnostic stratégique et financier à l'usage des dirigeants; une transparence à l'égard des investisseurs; un outil de communication fiable sur la solidité financière.

### 3.2.2.9. Assurance crédits documentaires:

Elle permet de garantir les risques liés à l'insolvabilité ou la carence de paiement de la part de la banque émettrice de la L/ C et la répartition du préjudice (pertes financières) susceptible d'être subi tant par la banque de notification, en cas de confirmation, ou par l'exportateur en cas de non confirmation.

### 3.2.2.10. Assurance des investissements:

Elle est une garantie contre les risques politiques au profit de tout investisseur de droit algérien qui souhaiterait investir (première réalisations ou extension) ou de tout étranger désirant investir en Algérie. L'assuré est couvert avant la livraison, par la souscription d'une garantie complémentaire appelée RIM (Risque d'Interruption de Marché).et couvert aussi après la livraison, en cas de non-paiement des créances nées de l'exécution du contrat commercial.

L'assurance des investissements a pour avantages :

- ❖ Une garantie de choix des banques et une facilité d'obtention des financements bancaires.
- ❖ La surveillance du risque client et un portefeuille de créances garanties.
- ❖ L'opérateur peut se placer en meilleure position de compétitivité.
- ❖ L'assuré un avantage au plan de la prévention des risques.
- ❖ Une indemnisation substantielle des pertes jusqu'à 90% du montant du contrat, pouvant s'étendre au dédommagement des conséquences d'interruption ou de l'arrêt définitif d'un marché.

Les coûts de ce type d'assurance varient en moyenne autour de  $\pm 1\%$ , en tenant compte de plusieurs paramètres<sup>74</sup>. En contre partie d'une couverture par la Cagex à hauteur de 90% du montant du contrat. Dans le détail, les indemnisations se décomposent à hauteur de : 80% du montant de l'impayé assuré, au titre du risque commercial; à 90% du montant de l'impayé assuré, au titre du

---

<sup>74</sup>Dépend du :

- le montant du chiffre d'affaires à crédit couvert;
- la qualité de l'acheteur;
- le mode de paiement (garantie bancaire, transfert libre ...);
- la durée de crédit;
- le risque pays étranger.

risque politique; à 90% du montant de l'impayé assuré, au titre du risque interentreprises (police domestique).

En 2000, l'Algérie a lancé des grands programmes d'investissements public pour la période 2001-2014 qui sont jugés les plus importants dans toute l'histoire de l'économie algérienne en terme des budgets consacrés. Durant cette période, le gouvernement algérien a suivi une politique expansionniste, afin de réunir toutes les conditions à la mise en place d'un processus d'investissement, de création de richesse et d'emplois. L'objectif recherché est celui de réduire la dépendance du pays de l'extérieur. Malgré tous les efforts pour diversifier les exportations, la participation des hydrocarbures dans le PIB reste élevée, le secteur représente entre 97 et 98% des exportations.

L'Algérie souffre toujours d'une faiblesse structurelle de son réseau d'entreprises exportatrices, autant pour les grandes que pour les petites. Sur les 700 000 PME que compte le pays en 2012, seule une fraction de 100, active à l'exportation en 2011. Hors hydrocarbures, l'Algérie est un des plus faibles exportateurs dans le monde. Aussi la stratégie d'ouverture qu'elle développe depuis quelques années (accord d'association avec l'UE, grande zone arabe de libre-échange) risque d'attirer sur le pays les produits des pays partenaires au risque de fragiliser son économie. C'est pourquoi, elle doit trouver les incitations idoines pour pousser les entreprises à pénétrer le marché mondial. Dans la section suivante nous allons vous exposer panoplie de chiffre dont à partir des quels on analysera les conséquences de ces programmes d'investissement sur le commerce extérieur en Algérie.

## **Section2 : Croissance Economique Hors Hydrocarbures : PME exportatrices en Algérie**

Aujourd'hui, toutes les statistiques montrent que dans la plupart des pays, les PME constituent la forme dominante de l'entreprise et représentent entre 95 % et 99 % des acteurs présents sur le marché. Par ailleurs, sur le volet des exportations, si la part des PME dans les exportations mondiales de produits manufacturés représente en moyenne entre 25 % et 35 %, il n'en demeure pas moins que les PME sont une source majeure de recettes en devises pour certains pays en développement. Néanmoins, les entrepreneurs Algériens recourent à l'informel comme nécessité de fonctionnement, pour se soulager de certaines charges considérées comme excessives (charges fiscales et charges sociales). L'entrepreneur en Algérie, fait face à un environnement contraignant où diverses contraintes continuent d'entraver le vrai développement du secteur des PME<sup>75</sup>. Le peu d'enquêtes et de recherches concernant le secteur de la PME souligne les caractéristiques suivantes des PME algériennes<sup>76</sup> :

Dans cette section nous allons déterminer ces obstacles qui font stagner le taux d'évolution des exportations Algérienne, après un petit aperçu sur la tendance du commerce extérieur de notre pays, à savoir la part et le rôle des PME dans ce dernier.

### **1. LE COMMERCE EXTERIEUR ALGERIEN**

La tendance baissière des exportations algériennes, ressentie depuis 2012, qui s'est accélérée durant l'année 2013, ne cesse de s'aggraver. En effet, leur montant global s'est contracté de 39,4%, à 5,37 milliards de dollars durant les onze premiers mois de l'année 2014, contre 8,87 milliards de dollars à la même période en 2013, selon les chiffres qui nous ont été communiqués par l'Agence nationale de promotion du commerce extérieur (Algex)<sup>77</sup>.

Pour les importations, en Algérie ne cessent de s'accroître, et peuvent nuire l'économie en la menant vers une banque route. Car si les exportations restent constantes et les importations continuent dans le même sens, les exportations ne peuvent plus couvrir les produits exportés.

---

<sup>75</sup>On va citer les contraintes dans le titre 3 de la section 2 du chapitre 3

<sup>76</sup>BETBEZE.J-P et SAINT-ÉTIENNE.CH:« Une stratégie PME pour la France », La Documentation française. Paris, 2006, p102.

<sup>77</sup> Algex : Le développement des exportations hors hydrocarbures en Algérie est, depuis plus d'une décennie, au centre d'une attention particulière des pouvoirs publics qui ont mis en place des mesures d'encadrement destinées à promouvoir la production algérienne sur les marchés extérieurs. S'inscrivant dans une politique d'expansion des échanges commerciaux et d'intégration mondiale, la création de l'Agence Nationale de Promotion du Commerce extérieur (ALGEX), par le Décret exécutif n°04-174 du 12 juin 2004, est venue pour apporter un support aux exportations hors hydrocarbures. L'Agence est placée sous la tutelle du ministre du Commerce.

### 1.1. La place et les réalisations de l'Algérie dans le commerce mondiale

Les exportations hors hydrocarbures ont augmenté de 23%, pour atteindre 974 milliards de dollars pendant les quatre premiers mois de l'année 2014, contre 795 milliards de dollars à la même période en 2013. « Cette progression, bien que positive, reste faible sachant que les exportations hors hydrocarbures ne représentent que 3% du total des exportations du pays »<sup>78</sup>.

Le rapport de la banque mondiale 2015 place l'Algérie dans la catégorie des pays où la liberté économique est « réprimée » avec un score global de 48,9 points, soit 1,9 point de moins que l'an dernier. Prenant le 14e rang parmi les 15 pays de la région Moyen-Orient et Afrique du Nord<sup>79</sup>. Relèvent donc un important recul de l'Algérie dans tous les critères pris en considération dans l'élaboration de ce classement, à savoir liberté d'entreprise, liberté des échanges, poids des taxes et impôts, dépenses du gouvernement, stabilité monétaire, liberté d'investissement, dérégulation financière, protection de la propriété privée, lutte contre la corruption et libéralisation du travail. Néanmoins, au niveau africain, l'Algérie a fait mieux que l'Angola classé à la 158<sup>ème</sup> position<sup>80</sup>.

### 1.2. Tendances générales du commerce extérieur de l'Algérie

L'Algérie enregistre durant ces dix dernières années d'importantes variations à la baisse ou à la hausse de ses exportations hors hydrocarbures selon différents facteurs qu'ils soient contraignants ou permissif<sup>81</sup>. Nous pouvons voir clairement les statistiques élaborés par les membres du Centre National sur l'Information Statistique des Douanes dans le tableau suivant.

---

<sup>78</sup> www.Algex.dz Affirme Boukhalfa Khemnou, le directeur général d'Algex conférence de presse.

<sup>79</sup> L'Algérie devancée par le Bahreïn (73,4 points), l'Arabie Saoudite (62,1 points), la Jordanie (69,3 points) et le Qatar (70,8 points), la Tunisie (57,7 points), le Maroc (60,1 points), l'Egypte (55,2 points), Yémen (53,7 points), la Mauritanie (53,3 points).

<sup>80</sup> Publié par MOHANDI.H sur site : [http://www.leconews.com/fr/actualites/nationale/investissement/l-algerie-perd-11-places-dans-l-indice-de-liberte-economique-31-01-2015-173224\\_360.php](http://www.leconews.com/fr/actualites/nationale/investissement/l-algerie-perd-11-places-dans-l-indice-de-liberte-economique-31-01-2015-173224_360.php), le 31/01/2015 à 19h46.

<sup>81</sup> Supra page 93.

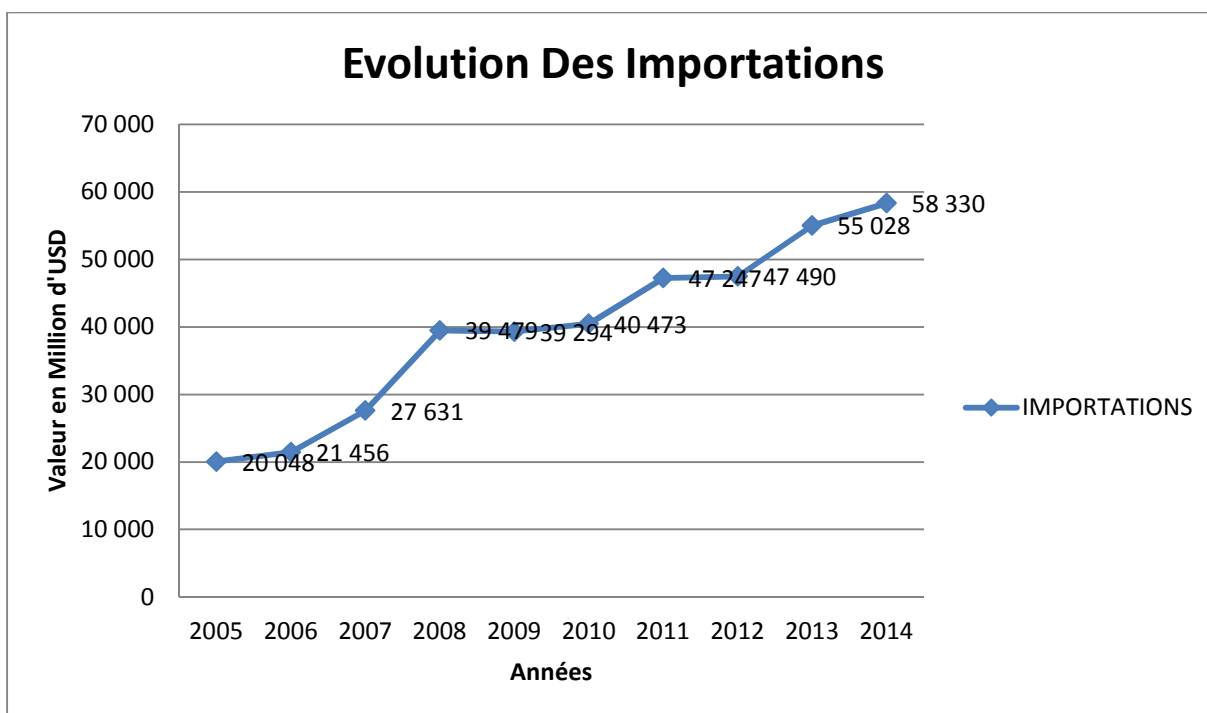
**Tableau n°07** : statistiques du commerce extérieur en Algérie période 2005-2014.

**Source:** CNIS (Centre National sur l'Information Statistiques des Douanes).

De la période qui s'étale de 2005 à 2014, les exportations hors hydrocarbures ont répondu positives à ce que l'Etat envisageait. Nous pouvons remarquer une légère augmentation d'une valeur de 1711 millions d'USD pendant ces 9 ans. Ceci renvoie à des faiblesses structurelles de l'entreprise Algérienne. La première est le manque d'une stratégie claire d'entreprise. Car l'investissement est en effet devrait être envisagé beaucoup plus comme une opportunité de placement ou une rente, que comme une entreprise nécessitant une adaptation permanente à l'environnement pour maintenir les conditions de sa rentabilité. Cela est possible parce que le marché Algérien est insuffisamment concurrentiel (La faible concurrence permet de rentabiliser une très grande proportion des investissements) d'une part. Et que le marché financier n'est pas développé d'une autre part, (les capitaux rentabilisés de la faible concurrence oriente naturellement aux placements, comme ce dernier se trouve insuffisant ces capitaux se trouve naturellement orientés vers divers créneaux d'importations).

Concernant l'exportation des hydrocarbures, en effet le volume exporté change tout dépend du cours du baril de pétrole, plus il est moins chère plus la quantité vendue augmente.

**Figure n°02 :** Evolution des importations Algériennes entre 2005-2014.



**Source:** construit par nos soins à partir des données du CNIS

Entre 2005 et 2014, les importations quand à elles, elles ont connus une importante croissance, passant de 20 048 à 58 330 milliards d'USD, La figure n°02 nous montre clairement. C'est ce qui peut expliquer la disponibilité d'une diversification de produits étrangers qui concurrencent les produits locaux.

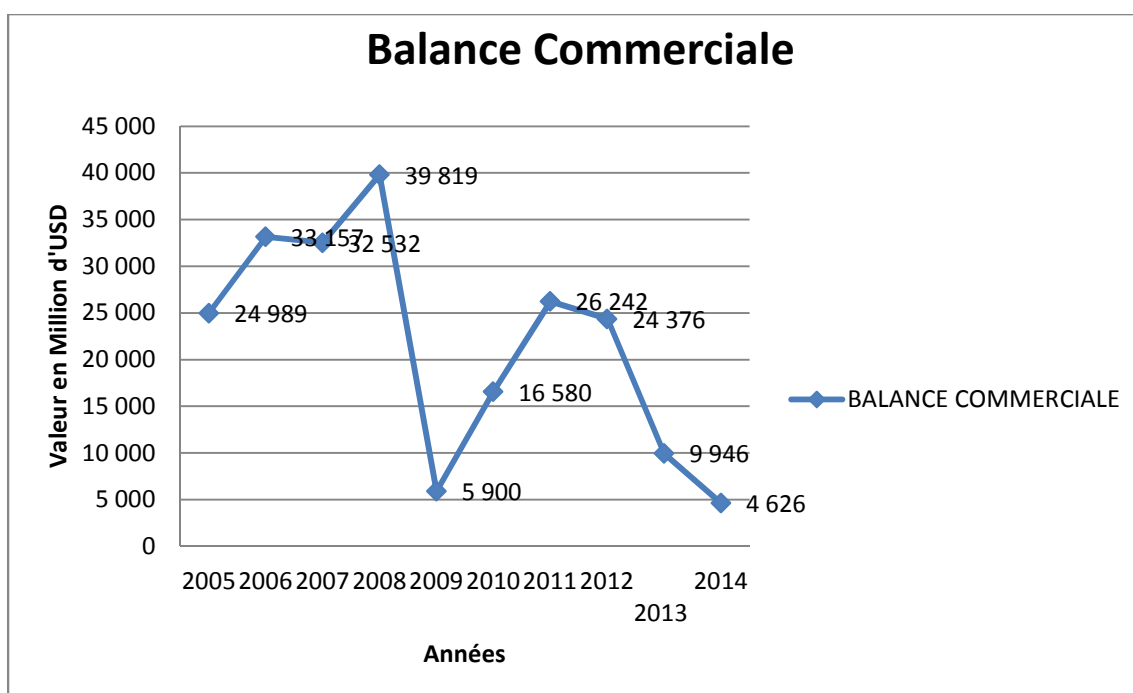
Les recettes récoltées à partir des hydrocarbures varient selon les cours dans la bourse mondiale, mais sa n'empêche que sa reste l'importante ressource à couvrir les importations et qui dépassent même le seuil de ces dernières, en réalisant des entrées de devises à 77 361 milliards d'USD en 2008 et 60 146 en 2014. L'existence des recettes venant d'autres produits exportés restent critiques et presque constantes.

Ce la est expliquer aussi par : la faible concurrence permettant de rentabiliser une très grande proportion des investissements, qui devraient être placés mais comme il y a une absence d'un marché financier, ces capitaux se trouvent orientés vers différents créneaux d'importation..

### 1.2.1. Evolution de la balance commerciale de l'Algérie

Comme nous l'avons vu dans le titre précédent pour les exportations et les importations, elles nous permettent de réaliser un niveau de la balance commerciale du pays pour la même période (2005-2014), selon la variation suivante.

**Figure n°03 :** Evolution de la balance commerciale Algérienne (2005-2014) en millions USD



Source: construit par nos soins à partir des données du CNIS

Les fluctuations des prix des hydrocarbures et la concentration totale des exportations Algériennes sur ces produits, fait l'instabilité de la balance commerciale qui reste malgré sa toujours positive et largement excédentaire.



## 1.2.2. Evolution du commerce extérieur de l'Algérie par groupe d'utilisation période (2005-2014)

Après avoir présenté les statistiques import/export pour la période 2009-2015, nous allons détailler plus pour définir les caractéristiques des exportations hors hydrocarbures Algériennes. Commençant par le tableau n°08 qui les détaille par groupe d'utilisation.

**Tableau n°08 :** Evolution des exportations de l'Algérie par groupe d'utilisation pour la période 2005-2014.

DESIGNATION	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	part(%)
ALIMENTATION	67	73	88	119	113	315	355	315	402	323	0,51
ENERGIE ET LUBRIFIANTS	45 094	53 429	58 831	77 361	44 128	55 527	71 427	69 804	62 960	60 146	95,54
PRODUITS BRUTS	134	195	169	334	170	94	161	168	109	110	0,18
DEMI-PRODUITS	656	828	993	1 384	692	1 056	1 496	1 527	1458	2 350	3,73
BIENS D'EQUIPEMENTS AGRICOLES	-	1	1	1	-	1	-	1		2	0
BIENS D'EQUIPEMENTS INDUSTRIELS	36	44	46	67	42	30	35	32	28	15	0,02
BIENS DE CONSOMMATION NON ALIMENTAIRES	14	43	35	32	49	30	15	19	17	10	0,02
<b>TOTAL EXPORTATIONS</b>	<b>46 001</b>	<b>54 613</b>	<b>60 163</b>	<b>79 298</b>	<b>45 194</b>	<b>57 053</b>	<b>73 489</b>	<b>71 866</b>	<b>64 974</b>	<b>62 956</b>	<b>100</b>

Source: CNIS (Centre National sur l'Information Statistiques des Douanes).

Le tableau n°08 englobe l'évolution des échanges avec l'extérieur, et nous montre la dynamique de chaque désignation en marquant la période 2012 et 2013 comme point de déclin ou de rebond de chaque bien avec la domination des produits énergie et lubrifiants.

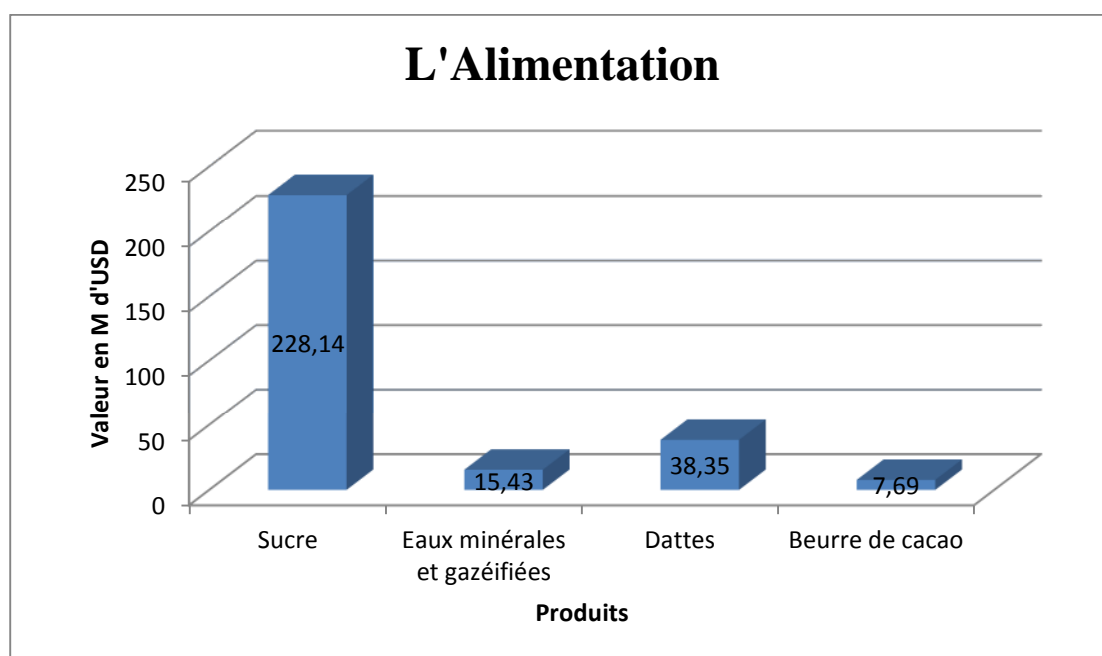
Les groupes de produits exportés en dehors des hydrocarbures sont constitués en 2014 essentiellement par des demi-produits qui représentent une part de 3,73% du volume global des exportations soit l'équivalent de 2,35 milliards de Dollars US, des biens alimentaires avec une part de 0,51% , soit 323 millions de Dollars US, des produits bruts avec une part de 0,18%, soit en valeur absolue de 110 millions de Dollars US et enfin des biens d'équipements industriels et des biens de consommation non alimentaires avec la part identique de 0,02 %. Concernant le taux d'exportation le tableau qui suit le montre en détail pour un taux de change de 80.5531 (USD/DA) pour 2014. On le voit clairement dans le tableau n°09 suivant :

**Tableau n°09** : Exportations hors hydrocarbures par groupe d'utilisation pour l'année 2014.

Groupe d'utilisation	Valeur en M d'USD	Taux d'exportation
ALIMENTATION	323	11,50
PRODUITS BRUTS	110	3,91
DEMI-PRODUITS	2 350	83,60
BIENS D'EQUIPEMENTS INDUSTRIELS	15	0,53
BIENS DE CONSOMMATION NON ALIMENTAIRES	10	0,36

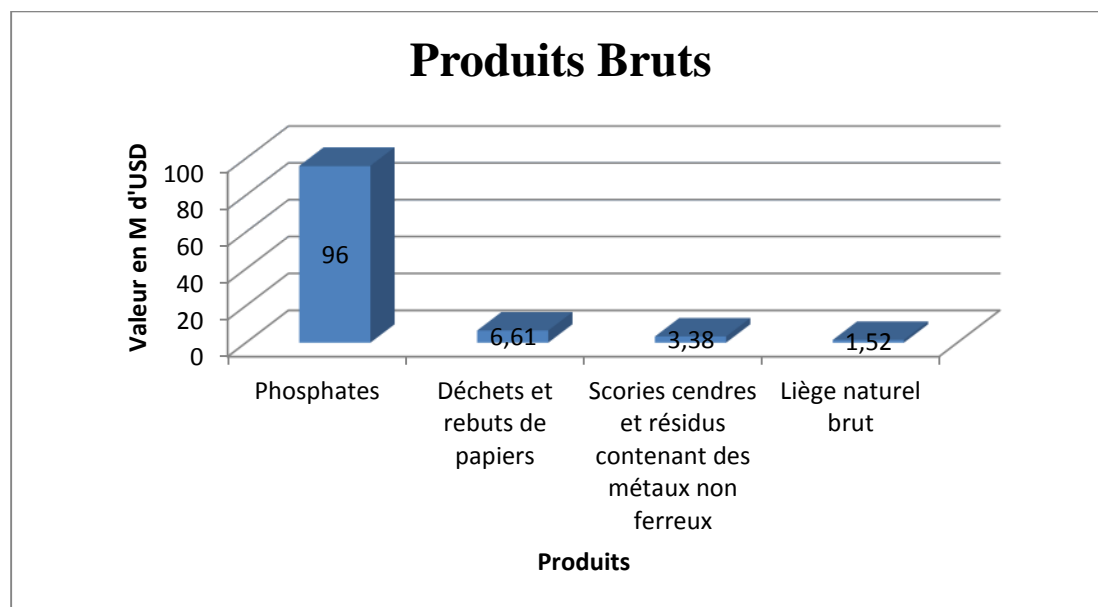
Source: CNIS (Centre National sur l'Information Statistiques des Douanes).

Afin de mieux illustrer les valeurs des exportations par groupe d'utilisateur présentées dans le tableau précédent, nous avons pris le soin d'analyser les quatre principaux produits exportés par l'Algérie en 2014 par chaque groupe :

**Figure n°04** : Les quatre principaux produits exportés du groupe d'alimentation en 2014.

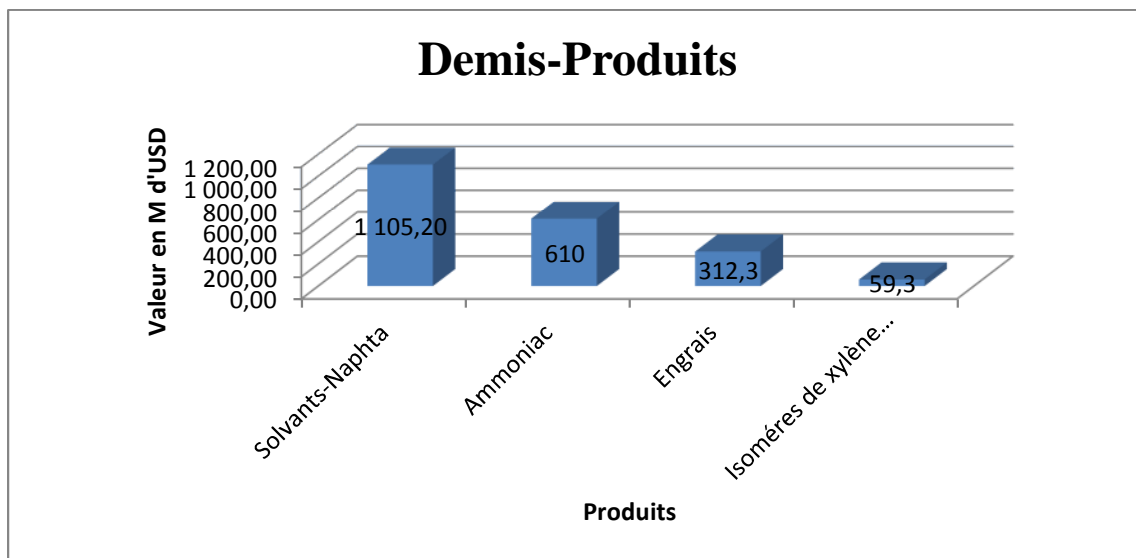
Source: construit par nos soins à partir des données du CNIS

Selon le ministre du commerce l'Algérie prend le septième rang dans l'exportation des dattes dans le monde. C'est une entreprise spécialisée dans le conditionnement et l'exportation des dattes Deglet Nour et fruits secs, elle a reçu le Trophée Export 2014. À savoir que 80% des exportations de cette entreprise sont orientées vers la Russie et l'Europe de l'Est. Un trophée export pour honorer l'entreprise Ngaous Conserves SPA qui a exporté des eaux fruitées, jus et conserves pour 9 millions d'euros vers la France, la Belgique, le Canada et l'Angleterre.

**Figure n°05:** Les quatre principaux produits exportés du groupe des produits bruts en 2014.

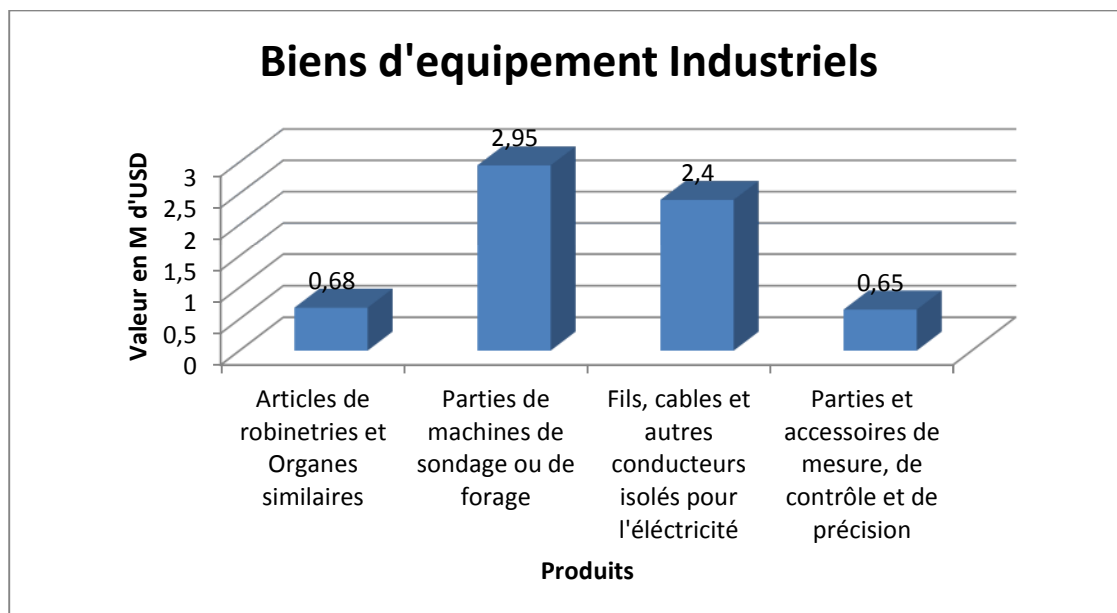
**Source:** construit par nos soins à partir des données du CNIS

L'exportation des produits bruts reste relativement modeste et cela malgré la diversification et la richesse du sol et de la nature Algérienne en matières premières. Ce qui confirme la vision et la politique monopolistique des pouvoirs publics en matière d'exportation. On peut dans ce contexte comprendre que les exportateurs algériens réussissent surtout à vendre des produits bruts ou des produits intermédiaires: de la sylviculture, de l'agriculture et de la pêche ou issues de l'élevage, des mines et carrières, de la chimie ou parachimie, de la métallurgie, de la récupération de toutes sortes de déchets. L'approche est ici relativement rodée. Des relations commerciales plus ou moins anciennes garantissent un débouché plus ou moins stable, sans que l'exportateur n'ait à fournir de gros efforts d'adaptation, ou de marketing passé le cap des premières ventes. Bien évidemment il peut toujours chercher d'autres débouchés, mais de nombreuses contraintes le poussent à se satisfaire de ces premiers acquis. Dans certains cas, l'exportateur est même dispensé des efforts de prospection. C'est l'acheteur lui-même qui prospecte de nouvelles sources d'approvisionnement ou qui recherche spécifiquement des produits algériens du fait de certaines caractéristiques. L'exportateur se suffit alors de ces marchés acquis à peu de frais.

**Figure n°06 :** Les quatre principaux produits exportés du groupe des demis produits en 2014.

Source: construit par nos soins à partir des données du CNIS

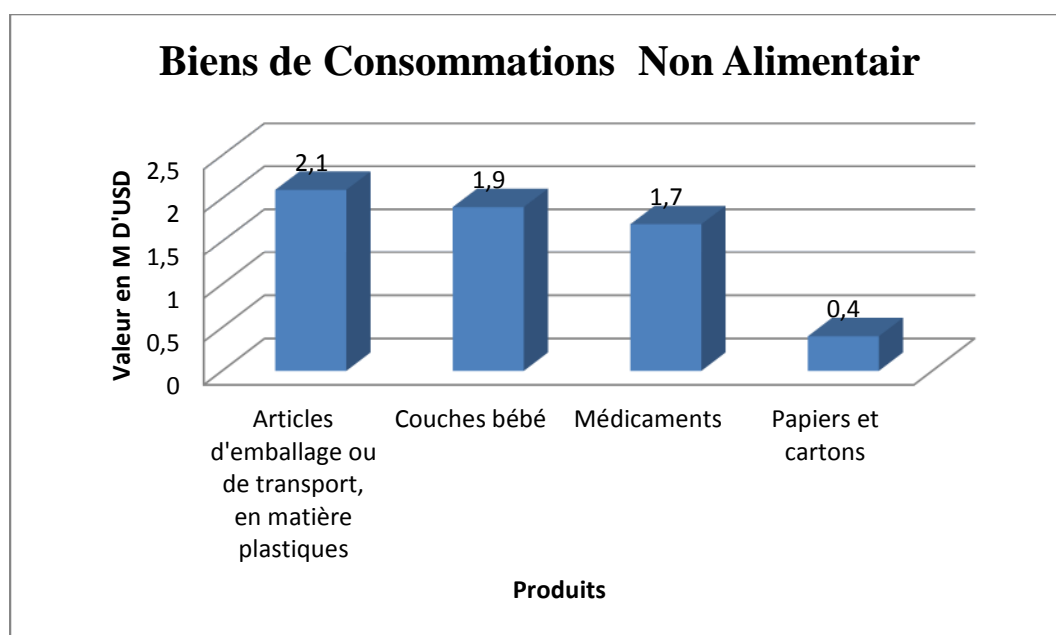
L'engagement des pouvoirs publics dans la politique d'industrialisation et de transformation a permis une meilleure participation de ce secteur dans l'économie nationale ce qui reflète les valeurs de l'exportation enregistrées en 2014.

**Figure n°07:** les trois principaux produits exportés du groupe des biens d'équipement industriels en 2014.

Source: construit par nos soins à partir des données du CNIS

Le soutien qu'apporte le gouvernement Algérien au secteur industriel a permis d'enregistrer une certaine croissance qui reste relativement faible comparé au secteur de la chimie.

**Figure n°08 :** Les quatre principaux produits exportés du groupe des biens de consommation non alimentaires en 2014.



**Source:** construit par nos soins à partir des données du CNIS

Quatre trophées ont été décernés pour récompenser les entreprises algériennes<sup>82</sup>. Nous avons Général Emballage (spécialisée dans la fabrication et transformation de carton ondulé et qui a exporté vers la Libye, la Tunisie et l'Espagne). Aussi Sarl El Wiam de la Petite-Kabylie (activant dans la transformation et la valorisation des lièges et qui a exporté pour 4 millions de dollars, vers l'Italie, l'Inde et la Chine notamment).

Des licences qui ne seront appliquées qu'«exclusivement» sur «les gros chapitres qui touchent sérieusement la balance commerciale» précise Amara Benyounés. Le ministre estime la rationalisation du marché national et non sa fermeture, toutefois l'importation reste ouverte

D'après l'analyse et la lecture des statistiques publiées par le CNIS, nous avons découvert ce si :

- ❖ L'exportation de dattes équivaut à l'importation de la moutarde pour un montant de 39 millions de dollars ;
- ❖ Importations de produits électroménagers dépassent les 500 m USD, cosmétiques les 600 m USD, aliments de bétail atteignent les 1,6 milliard d'USD ;
- ❖ Sur les 500 exportateurs Algérien qui sont présent à l'étranger, seulement une dizaine assure 75% des exportations hors hydrocarbures, selon le président du WTCA.

La faiblesse des exportations hors hydrocarbures semble liée avant tout à un marché interne beaucoup plus rémunérateur et moins risqué que l'exportation. Bien sur ce phénomène se

<sup>82</sup> Organisée par le WTCA chaque année

dédouble et est expliqué par de nombreux obstacles au bon fonctionnement et au développement des entreprises, obstacles auxquels n'échappent pas les entreprises exportatrices ou candidates à l'exportation. Les pouvoirs publics n'ont pas non plus de stratégie, ou tout au moins de programme d'action clair, pour dynamiser les exportations, maintenant ainsi l'incertitude des entreprises sur les résultats de leurs efforts à l'exportation.

Cet environnement non performant agit négativement sur les entreprises de deux manières. Il réduit leur efficacité et donc leur compétitivité. Il contribue dans le même temps à créer des barrières à l'entrée dans les activités, élevant ainsi leur rentabilité et émoissant les incitations à l'exportation. Un effort réel des pouvoirs publics pour approfondir et accélérer les réformes de l'environnement des affaires, semble de ce fait incontournable pour augmenter et diversifier significativement les exportations hors hydrocarbures.

### 1.2.3. L'évolution du commerce extérieur Algérien par régions économiques

En ce qui concerne la répartition par régions économiques au cours de l'année 2014, le tableau n°10 et les figures qui le suivent et montrent clairement que l'essentiel de nos échanges extérieurs reste toujours polarisé sur nos partenaires traditionnels. En effet, les pays de L'O.C.D.E occupent les parts les plus importantes avec 65,03% de nos importations et de 81,01% de nos exportations.

**Tableau n°10 :** Evolution du commerce extérieur entre 2012-2013-2014 par région économique.

Régions économiques	IMPORTATION			EXPORTATION		
	Année		MN USD	Année		MN USD
	2013	2014	EVOL%	2013	2014	EVOL%
Union européenne	28724	29494	2,68	41277	40 520	-1,83
O.C.D.E	6 965	8 443	21,22	12 210	10 482	-14,15
Autres pays d'Europe	1 213	886	-26,96	52	49	-5,77
Amérique du sud	3 466	3 796	9,52	3 211	3 005	-6,42
Asie	10 623	12 576	18,38	4 697	4 851	3,28
Océanie	0	26	0	0	0	0
Pays Arabes	2414	1958	-18,89	1958	721	-9
Pays du Maghreb	1029	711	-18,89	2 639	3 248	23,08
Pays d'Afrique	594	440	-25,93	91	80	-12,09
<b>TOTAL</b>	<b>55 028</b>	<b>58 330</b>	<b>6</b>	<b>64 974</b>	<b>62 956</b>	<b>-3,11</b>

Source: construit par nos soins à partir des données du CNIS

Nous pouvant résumer de ce tableau ci-haut que les pays de l'Union Européenne restent les principaux partenaires de l'Algérie pour les deux années, cela revient à l'accord signé avec. Des

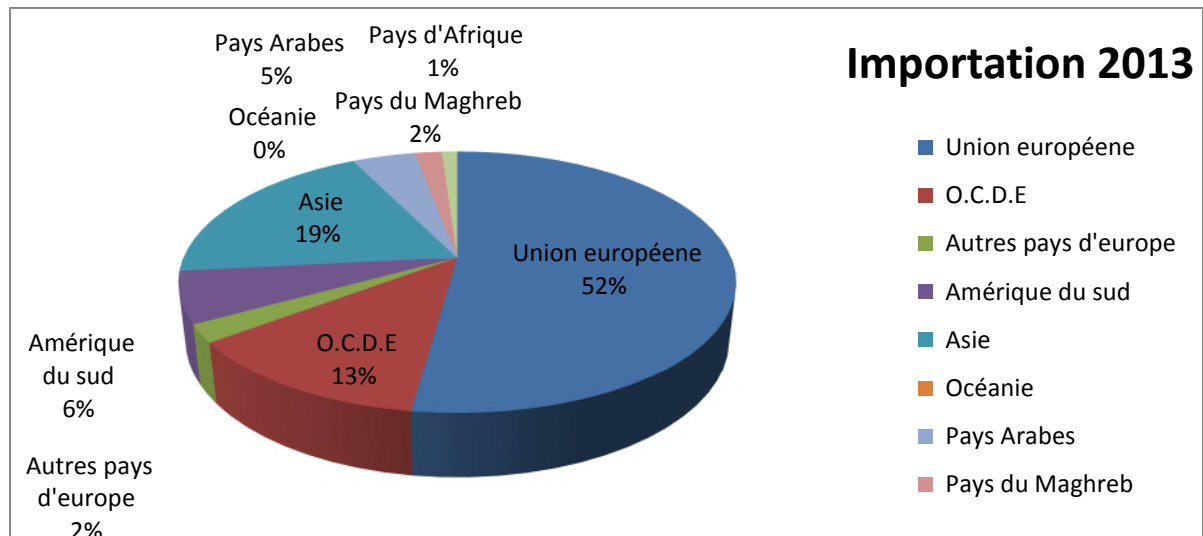
proportions respectives de 50,56% des importations et de 64,36% des exportations. Par rapport à l'année 2013, les importations en provenance de l'UE ont enregistré une hausse de 2,68% passant de 28,72 milliards d'USD en 2013 à 29,49 milliards d'USD en 2014. En revanche, les exportations de l'Algérie vers ces pays, ont diminué de 757 millions d'USD, soit 1,83 %. A l'intérieur de cette région économique, on peut relever que notre premier acheteur étranger est l'Espagne qui absorbe plus de 15% de nos ventes à l'étranger, suivi par l'Italie de 13,29% et la France de 10,71% (figure n°13). Pour les principaux fournisseurs, la France occupe le premier rang des pays de L'UE avec 10,87%, suivie par l'Italie et l'Espagne avec une proportion identique de 8,54% du total des importations de l'Algérie au courant de l'année 2013(figure n°14).

Pour 2014, les pays de l'OCDE (hors UE) viennent en deuxième position avec une part de 14,47% des importations de l'Algérie en provenance de ces pays, et de 16,65% des exportations de l'Algérie vers ces pays. Par rapport à l'année 2013, il y a lieu de signaler une diminution appréciable des exportations réalisées avec ces pays de l'OCDE (hors UE), passant de 12,21 milliards d'USD en 2013 à 10,48 milliards d'USD en 2014, soit une diminution de plus de 14% en valeur relative. Par contre les importations de l'Algérie vers ces pays, ont enregistré une hausse évaluée à 21,22%.

L'essentiel des échanges commerciaux de l'Algérie avec cette région est réalisé avec les U.S.A, suivi par la Turquie avec les taux respectifs de 4,9% et 3,64% pour les importations en provenance de ces pays, et de 7,45%, et 4,61% pour les exportations vers ces mêmes pays (figure 13et14). Les échanges commerciaux entre l'Algérie et les autres régions restent toujours marqués par des faibles proportions.

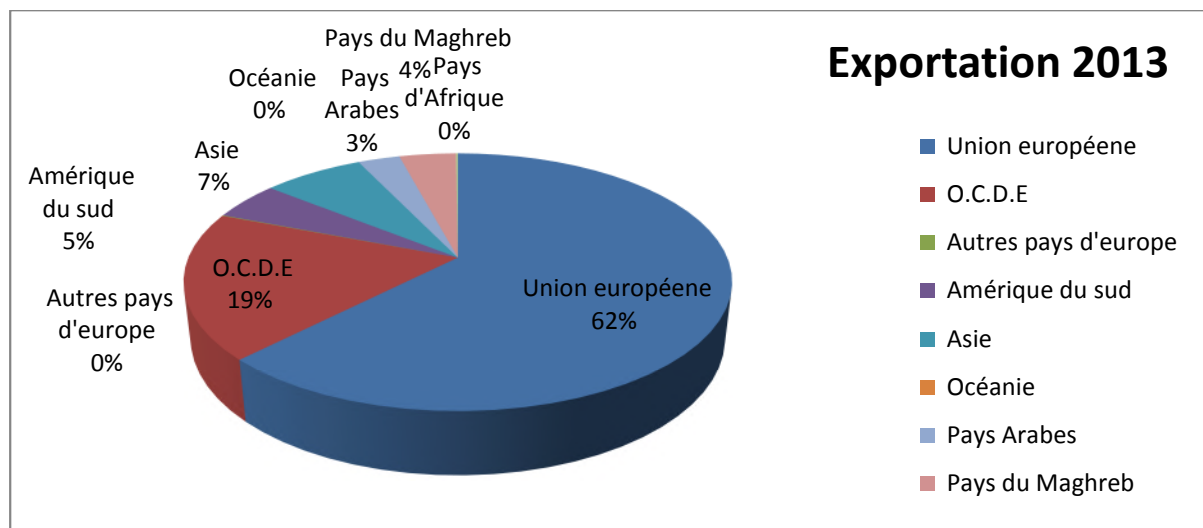
Le volume global des échanges avec les Autres pays d'Europe (hors UE et OCDE) affiche une régression de leur part du marché de plus de 26% par rapport à l'année 2013, en passant de 1,26 milliard de Dollars US en 2013 à 1.11 milliards de Dollars US en 2014.

Les figures qui vont suivre montrent en pourcentage les parts des importations et exportations pour chacune des régions économiques (2013-2014).

**Figure n°09 :** Importations Algériennes en 2013 par régions économiques.

**Source:** construit par nos soins à partir des données du CNIS

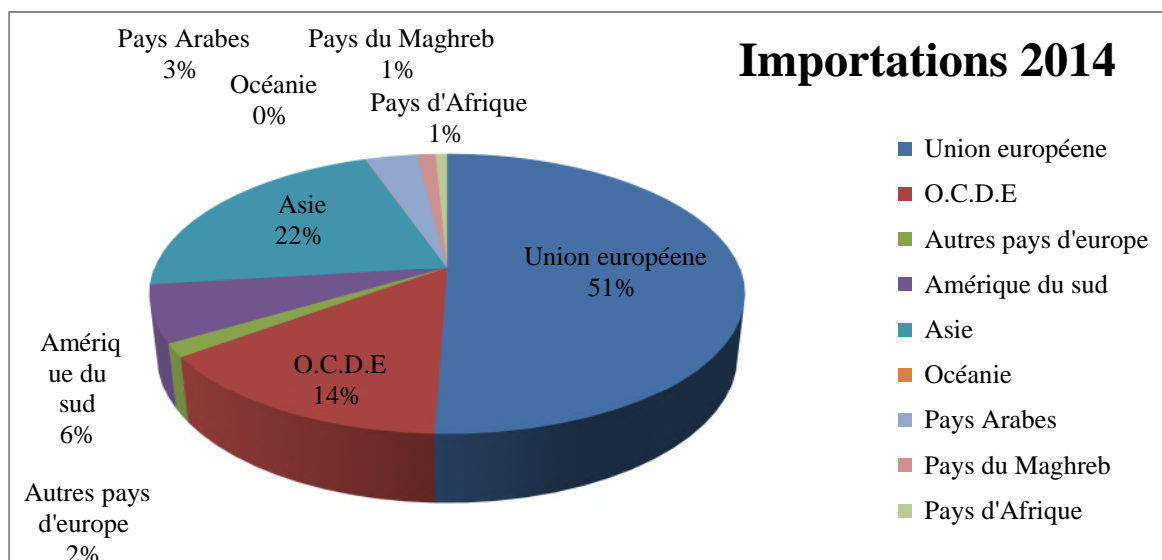
La proximité et le rattachement historique, est illustré et nous pouvons le voir sur la figure n°09, plus de la moitié des importations Algérienne parviennent depuis l'Union Européen. Il est important également de souligner le taux croissant des transactions faites avec l'Asie et notamment la chine. Néanmoins on peut conclure que l'Algérie ne concentre pas toutes ces importations sur une seule et unique région ce qui peut représenter une menace.

**Figure n°10 :** Exportations Algériennes en 2013 par régions économiques.

**Source:** construit par nos soins à partir des données du CNIS

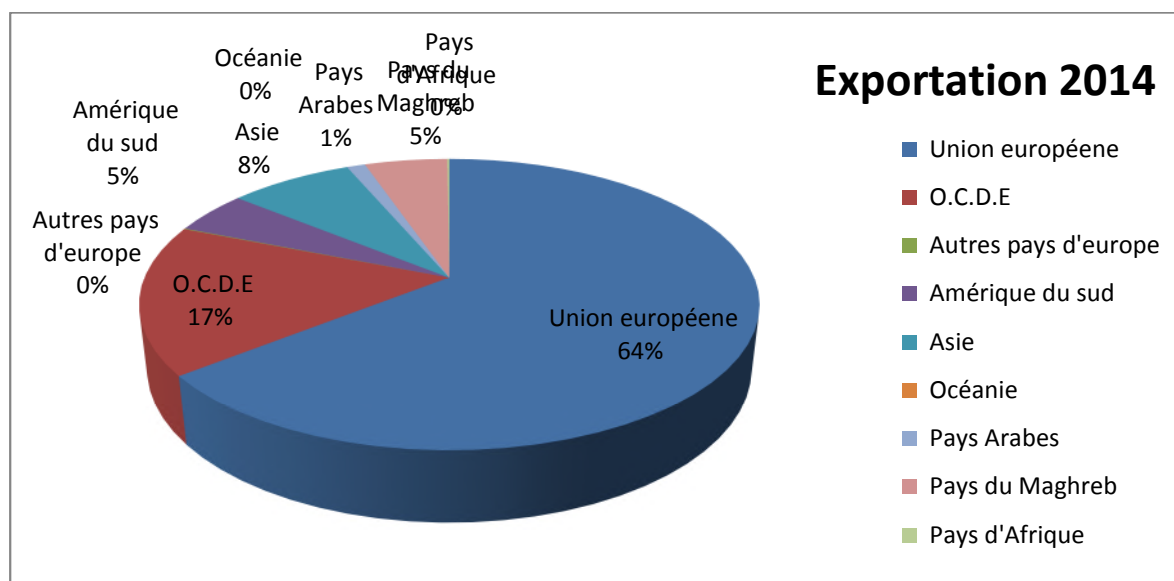
De même que pour les importations, la majeure partie des exportations ont été dirigées vers l'UE, cependant l'ouverture de l'Algérie sur le marché international a permis de faire parvenir ses produits aux quatre coins du monde. Toutefois, il est important de retenir le taux extrêmement faible des exportations réalisées dans le continent Africain.



**Figure n°11:** importations Algériennes en 2014 par régions économiques.

**Source:** construit par nos soins à partir des données du CNIS

Il est important de noter l'augmentation du taux d'importations faites depuis l'Asie qui est de 22% alors qu'elle était de 19 % en 2013. Cependant, la majeure partie des transactions sont faites avec l'Union Européenne.

**Figure n°12 :** Exportations Algériennes en 2014 par régions économiques.

**Source:** construit par nos soins à partir des données du CNIS

La première région avec laquelle l'Algérie traite est de loin l'union européen ce qui peut s'expliquer par la proximité et le rattachement historique.

#### 1.2.4. L'évolution du commerce extérieur par mode de financement

Tout produit transitant par les frontières doit être domicilié préalablement, notre cas c'est une exportation. Cette exportation correspond à une entrée de devise qui peut être effectuée sous différents modes de financement (cash, crédit, compte devise...). Le tableau suivant indique la part de chaque mode utilisé dans les deux années 2013 et 2014 par nos exportateurs. Nous avons calculé leurs évolutions.

**Tableau n°11:** Différents modes de financements pratiqués pour la période 2013-2014.

MODE DE FINANCEMENT	Année 2013		Année 2014		EVOL%
	Valeurs	Struc%	Valeurs	Struc%	
CASH	29 395	53,42	31 849	54,6	8,35
LIGNES DE CREDIT	24 095	43,79	24 859	42,62	3,17
COMPTES DEISES PROPRES	19	0,03	13	0,02	-31,58
AUTRES	1 519	2,76	1 609	2,76	5,92
<b>TOTAL</b>	<b>50 376</b>	<b>100%</b>	<b>58 330</b>	<b>100%</b>	<b>6</b>

**Source:** construit par notre soin à partir des données CNIS.

Le mode de financement le plus utilisé nous le montre clairement ce tableau n° 11 pour la concrétisation des transactions est le Cash, effectué avec les pays Africains spécialement la Tunisie et la Libye. L'évolution de ces pratiques de financement passant de 2013 à 2014 se trouve caractérisé à la hausse ou à la baisse en faisant la compensation des importations par les exportations.

Les exportateurs Algériens bénéficient à hauteur de 50% de la devise entrée conformément au règlement de la banque d'Algérie. Les autres 50% ils les recevront en Dinars Algérien tout dépend du taux de change du jour.

Les échanges internationaux, s'effectuent en deux devises les dollars américains et l'euro, le tableau n°12 nous montre l'évolution de taux de change moyen/an pour toute la période 2001-2013.

**Tableau n°12** : Evolution du taux de change moyen par an de 2001 à 2013.

Année	DA/USD	DA/EURO
2001	77	69
2002	79	75
2003	77	87
2004	72	89
2005	73	91
2006	72	91
2007	69	95
2008	64	94
2009	72	101,2979
2010	74	103,4953
2011	72	102,2154
2012	77	102,1627
2013	79	105,4374

Source: CNIS (Centre National sur l'Information Statistique des Douanes)

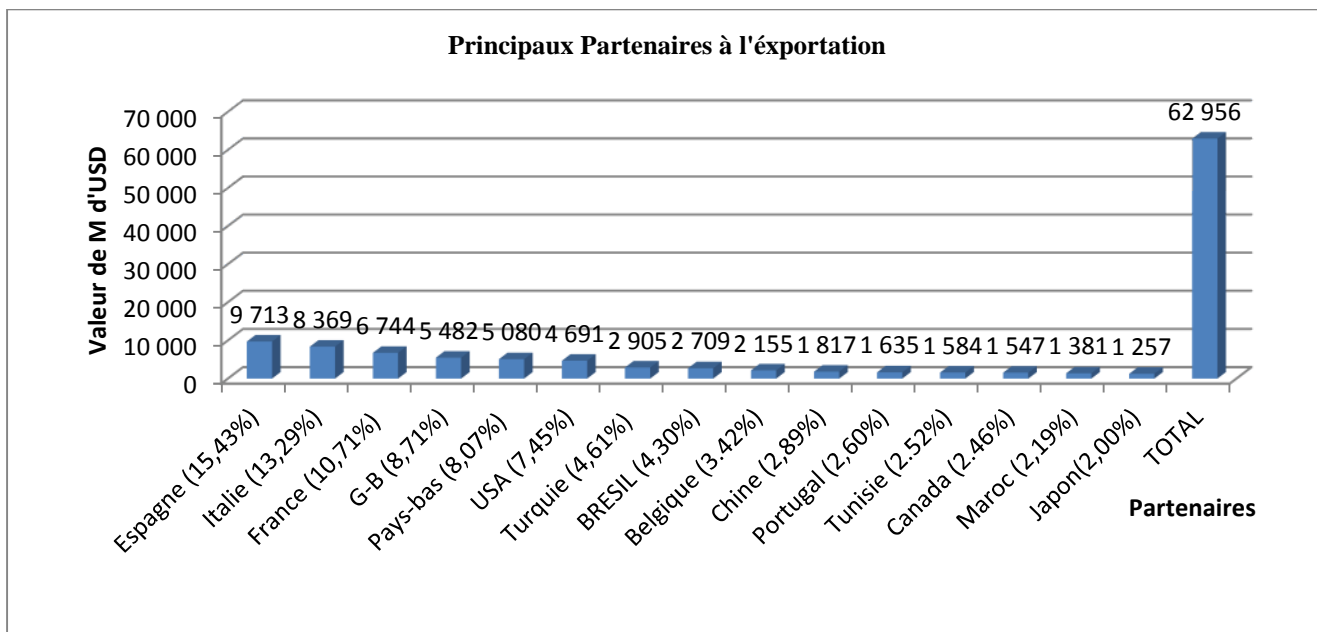
La moyenne de taux de change par rapport aux dollars est jugé constante. Ce résultat est expliqué par le fait d'exporter en dollar et vers les USA, sans importer en contre partie. En ce qui concerne la moyenne de taux de change par rapport à l'euro et ne cesse d'augmenter vu les fluctuations des taux de change et les changements économiques et politiques au niveau de l'Europe.

#### 1.2.5. Nos Principaux partenaires de l'Algérie

La plupart des entreprises algériennes préfèrent écouler leurs produits sur le marché local et évitent de se lancer dans des opérations d'exportation qu'elles considèrent comme complexes et risquées. Celles qui exportent sont au nombre de 900, sachant que seules 450 d'entre elles exportent de façon régulière. Les autres font des opérations d'exportations occasionnelles, elles écoulent généralement leurs produits lors des manifestations organisées principalement vers l'Europe.

Dans ce titre nous allons exposer les pays avec lesquels l'Algérie effectue ses ventes à l'étranger. On constate que, la plus part des clients sont concentrés en Europe. Et en plus du critère de la région, il y a aussi les pays industriels qui sont fabricant de produits finis et de l'industrie lourde, ce qui fait que les exportations Algériennes sont basées sur les exportations des matières premières en premier lieux.

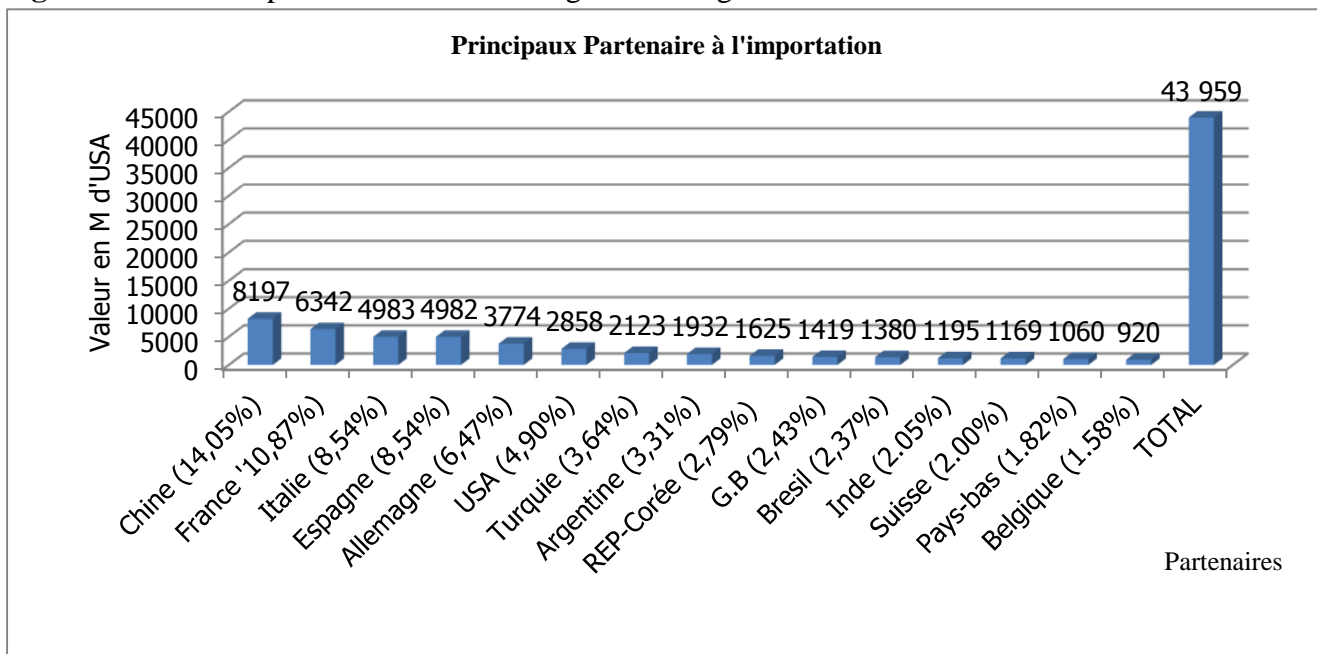
**Figure n°13:** La part des différents partenaires à l'exportation pour l'année 2014.



Source: construit par nos soins à partir des données du CNIS

Etant donné que l'union européenne est la première région avec laquelle traite l'Algérie, pour l'année 2014 ses six principaux clients étaient : l'Espagne (9.71 md USD), l'Italie (9.36 md USD), la France (6,74 md USD), la Grande Bretagne (5.48 md), les Pays-Bas (5.08 mds) et les USA (4.69 md USD).

**Figure n°14 :** Principaux fournisseurs étrangers de l'Algérie 2014



Source: construit par nos soins à partir des données du CNIS

La Chine occupe le premier rang avec 14,05 %, car elle détient le marché mondial rapport (quantité/prix). Suivie l'union européenne qui représente la première région avec laquelle traite l'Algérie, ses principaux fournisseurs sont : suivie par la France et l'Italie avec les proportions respectives de 10,87% et 8.54% du total des importations de l'Algérie au courant de l'année 2014.

## 2. APERCU SUR LES PME EXPORTATRICES HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

L'essor des PME est relativement récent en Algérie, la majorité des PME ont été créées au cours de la période 1995-2000. Les statistiques démontrent que près de 75% des PME ont été créées entre cette période, et que plus de 35% ont été créées durant 5 années qui ont suivies. Cette attention accordée aux PME n'est qu'une volonté de l'État facilitateur et accompagnateur de l'initiative privée et par les moyens mis en œuvre pour atteindre des objectifs fixés. Mais quelles sont ces entreprises qui exportent ?

### 2.1. Etat des lieux des PME en Algérie

En 1993, l'adoption du code des investissements<sup>83</sup> a accordé des avantages substantiels pour les investisseurs. En 2000, les pouvoirs publics ont mis en place un programme de mise à niveau cofinancé par l'U-E, afin d'améliorer l'environnement des entreprises de petite taille et de promouvoir leur développement<sup>84</sup>. En 2001, d'autres textes ont été adoptés, encourageant le développement de l'investissement privé. Et des mesures ont été prises se traduisant par une baisse significative des taxes, aussi des redevances fiscales et des charges sociales, ainsi qu'un assouplissement des procédures administratives de création d'entreprises. En 2004, la promulgation de la loi d'orientation pour la promotion de la PME a donné au secteur une grande dynamique par la mise à disposition d'outils de promotion du secteur, notamment, le Fonds de Garantie des crédits aux PME (FGAR), les centres de facilitations, les pépinières d'entreprises, et l'Agence Nationale de Développement de la PME (AND-PME).

En juillet 2010, le gouvernement a lancé un autre programme géré par l'Agence nationale pour le développement des PME (ANDPME)<sup>85</sup>, destinées aux développements économiques, et la création de 200 000 PME. Le développement de secteurs à forte valeur ajoutée, tels que les industries mécaniques, la pêche et les services devra permettre de porter de 5 à 10 % la participation de l'industrie au PIB. Complété par le Programme d'appui aux PME et à la maîtrise

---

<sup>83</sup> *Décret législatif du 05/10/1993* relatif à la promotion de l'investissement.

<sup>84</sup> Le but de ce programme est d'améliorer les capacités de production de ces entreprises, une meilleure compétitivité et une insertion dans le marché mondial en vue de l'adhésion du pays en 2010 à l'OMC ainsi que l'accession à la zone de libre-échange euro-méditerranéenne.

<sup>85</sup> Programme doté d'une enveloppe de 386 Mds DZD (près de 4 Mds €) sur 5 ans, visant la mise à niveau de 20 000 entreprises.

des technologies de l'information et de la communication lancé en mars 2011. Il vise, d'ici à 2013, la mise à niveau de 150 à 200 PME appartenant aux différents secteurs<sup>86</sup>.

Aujourd'hui, le poids de la PME dans le tissu national prédomine dans la plupart des secteurs. Il faut souligner que la population des PME aurait été plus importante si on se rend compte de la part des activités non déclarées qui se pratiquent dans l'informel. D'après Boukhalfa Khemnou, ce sont celles qui ont pu se placer sur le marché local et au fur et à mesure ont développé un savoir-faire qui leur a permis de maîtriser les outils nécessaires pour travailler à l'international, selon les normes. Ces entreprises ont pu placer leurs produits sur des marchés très normalisés et exigeants, tels que l'Europe, qui absorbe le plus gros des exportations algériennes hors hydrocarbures.

C'est le cas de Cevital, NCA Rouiba, Vitajus et d'autres qui sont de pures exportatrices car leurs produits ne sont pas consommés en Algérie, tels que la caroube (3 ou 4 entreprises algériennes l'exportent). «Le gros du chiffre d'affaires est fait par moins d'une dizaine d'entreprises, à savoir Sonatrach via ses filiales, Cevital, Fertial et Somiphos, l'essentiel de nos exportations va vers l'Europe, et quelques pays de la zone arabe de libre-échange (ZALE)»<sup>87</sup>

Principaux produits hors hydrocarbures exportés sont nombreux consulter l'annexe n°01.

### 3. FACTEURS DE STAGNATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

La faiblesse des exportations HH de l'Algérie s'explique par les divers dysfonctionnements et défaillances d'ordre économique, institutionnelles et organisationnelles auxquels n'échappent pas les entreprises exportatrices. Il est important de noter que les exportations hors hydrocarbures pourraient croître assez rapidement mais cela conditionne que certains obstacles soient levés. Les différents rapports traitant ce sujet ont soulevé plusieurs facteurs entravant les entreprises à exporter. Nous les avons donc séparés en deux types : macro et micro facteurs.

#### 3.1. Les facteurs macroéconomiques

Ce sont les facteurs caractérisant l'environnement institutionnel et organisationnel<sup>88</sup> de monde des affaires en Algérie. Il y a lieu de citer les facteurs<sup>89</sup> caractérisant le système productif

---

<sup>86</sup> L'industrie agro-alimentaire, des matériaux de construction, de la mécanique, de la transformation des métaux, de la chimie et de la pharmacie, de l'électricité, de l'électronique et des TIC.

<sup>87</sup> LALMAS.S, « Exportations algériennes : La tendance baissière s'aggrave », apparu dans EL Watan, octobre 2014. Tiré du site <http://fibladi.dz/actualit%C3%A9/l-info/item/74729-exportations-alg%C3%A9iennes-la-tendance-baissi%C3%A8re-s%E2%80%99aggrave>

<sup>88</sup> Ibid.

<sup>89</sup> L'étude réalisée par Ecotechnics.

algérien, qui se déroule dans un environnement des affaires où le système de financement est inefficace. Celui-ci qui est quasi-exclusivement orienté vers la satisfaction du marché intérieur. Les PME algériennes sont souvent concentrées dans des activités à faible valeur ajoutée et se focalisent dans la production de biens de consommation dans le but de satisfaire uniquement la demande locale. Les PME algériennes se concentrent donc dans les secteurs des biens non-échangeables et rarement exportables. En raison des contraintes procédurales continuent de peser lourdement sur la volonté d'exportation<sup>90</sup>.

D'autres contraintes notamment celles liées à l'environnement externe, se trouvent à l'origine de faible engagement des entreprises exportatrices sur l'international. Mais également source de réticence des entreprises non exportatrices qui souhaitent pouvoir se tailler une place sur les marchés étrangers parmi ces contraintes nous trouvons :

#### 3.1.1. Lourdeurs administratives

Représente l'un des plus grands obstacles qu'évoquent les exportateurs algériens. Caractérisé par des délais très longs et des dossiers à fournir toujours lourds et complexes dossier à fournir pas moins de sept pièces<sup>91</sup>. Notamment, pour les aides financières le FSPE ne joue pas pleinement son rôle, il doit être réformé et géré de façon plus souple et le mettre au service de tous les exportateurs sans exclusive.

#### 3.1.2. Coûts de transaction et de logistique élevés

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

#### 3.1.3. Les contraintes liées aux services portuaires et au transport

À l'exception des ports pétroliers, les ports commerciaux algériens se trouvent inefficaces pour ce qui est des équipements et de l'espace. Le délai entre l'arrivée au port et leur point d'embarquement pour les exportations ou de sortie du port pour les inputs importés est très

---

<sup>90</sup> La banque mondiale souligne dans son rapport de 2008 que pour exporter en Algérie, le candidat doit fournir un dossier de 8 documents et attendre 17 jours pour pouvoir expédier sa marchandise; les coûts liés à l'exportation sont estimés à 1198 dollars par conteneur, C'est ce qui explique que l'Algérie occupe la 114ème place selon le classement mondial, en termes des procédures à l'exportation.

<sup>91</sup> Forum des Chefs d'Entreprises, « Indice du forum pour la performance de l'entreprise algérienne », Alger Janvier 2011, p. 3.

important<sup>92</sup>. Mais aussi une l'absence de précaution dans la manipulation et la manutention des colis peut provoquer des dommages, ce qui entraîne même le refus de ceux-ci par la clientèle étrangère.

Pour ce qui est du transport, le recours au transporteur national cause des retards importants pour les exportateurs, cela les contraint à faire appel aux transporteurs internationaux notamment quand il ne s'agit pas du transport aérien ou routier. Toutefois, même en matière de transport aérien se pose le problème de l'insuffisance de l'offre. Lui qui est monopolisé par Air-Algérie dont d'importants retards de vols engendrent des cargaisons entièrement avariées, notamment quand il s'agit des denrées périssables<sup>93</sup>. Ces contraintes liées au transport et au service portuaire font que les coûts de transaction restent encore élevés en matière de règlement<sup>94</sup> des transactions avec les partenaires étrangers.

#### 3.1.4. La complexité de l'encadrement financier et bancaire des opérations d'exportation

Peut se résumer<sup>95</sup> dans la difficulté à transférer les devises nécessaires pour couvrir les frais de prospection à l'étranger, ou celle à récupérer certaines taxes, aussi les délais fixé au rapatriement à 180 jours de la valeur du produit exportés.

#### 3.1.5. La réglementation des changes

La réglementation des changes représente également une contraignante. Jusqu'à présent, les revenus ne sont pas utilisés par les entreprises comme elles le veulent. La réglementation de la Banque d'Algérie fait que seule une infime partie générée par l'entreprise exportatrice peut être utilisée librement par celle-ci, une part doit être reversée à la Banque d'Algérie et ce qui reste est converti en dinars.<sup>96</sup>

<sup>92</sup> Cela est dû à :

- un engorgement du port qui cause des retards au niveau de toute la chaîne de traitement d'une marchandise ;
- Vétusté ou manque parfois de navires choisis par les opérateurs ;
- Manque de matériel pour le déchargement (en particulier pour la manutention des conteneurs, c'est le cas des grues portiques) ;
- Longs délais d'intervention de la douane vu la procédure systématique d'une inspection exhaustive qu'elle effectue ;
- L'éloignement des différents services les uns des autres et la multitude des formulaires correspondants.

<sup>93</sup> GRINE.S, « Payer les armateurs en devises est un handicap pour l'exportation », *Revue L'Éco* n° 51 /du 1er au 15 octobre 2012, Alger, pages 39-50, p. 49.

<sup>94</sup> ECOtechnics, « Diagnostic des besoins et attentes des exportateurs et étude des potentialités de placement de produits nationaux sur les marchés étrangers : Etude pour ANEXAL-NAED (SFI) », février 2004, p. 6.

<sup>95</sup> BEY NASRIA, « Il y a absence de volonté politique pour booster les exportations hors hydrocarbures :entretien avec; secrétaire général de l'Anexal », *Revue de l'Économie et de la Finance*-N° 9- Mars 2008, Alger, pages 20-30, p. 25

<sup>96</sup> Ce que le directeur général d'Algex. Smaïl Lalmas avait exxpliqué.



### 3.2. Les facteurs microéconomiques

Ce sont les facteurs<sup>97</sup> relevant du comportement des entrepreneurs algériens expliquant l'absence des entreprises algériennes sur les marchés étrangers, ces facteurs peuvent être résumés soit dans la crainte des entrepreneurs d'affronter le marché international à cause des nombreux défauts constatés au sein de l'environnement dans lequel évoluent ces entreprises. Ou bien dans l'absence de structures qui prend en charge la fonction exportation (marketing international, services juridiques spécialisés...). Absence des circuits de distribution spécifiques et de services-après-vente, la qualité, eux qui facilitent à la fois les opérations commerciales ou la prospection des marchés.

La faiblesse des exportations hors hydrocarbures semble liée d'une part avant tout à un marché interne beaucoup plus rémunérateur et moins risqué que l'exportation. Bien sur ce phénomène se dédouble et est expliqué par de nombreux obstacles au bon fonctionnement et au développement des entreprises (obstacles auxquels n'échappent pas les candidates à l'exportation.). les pouvoirs publics ont aussi de leur part de responsabilité car ils n'ont pas non plus de stratégie, ou au moins de programme d'action clair pour dynamiser les exportations.

Cet environnement non performant agit négativement sur les entreprises de deux manières. Il réduit leur efficacité et donc leur compétitivité. Il contribue en même temps à créer des barrières à l'entrée dans les activités, élevant ainsi leur rentabilité et émoussant les incitations à l'exportation. Un effort réel des pouvoirs publics pour approfondir et accélérer les réformes de l'environnement des affaires, semble de ce fait incontournable pour augmenter et diversifier significativement les exportations hors hydrocarbures.

En effet, l'engagement des entreprises, notamment privées, dans l'exportation reste assez récent. Plusieurs entraves bloquent le déroulement convenable des transactions internationales. Ces entraves sont présentes malheureusement au niveau du service portuaire, lui qui représente le noyau des exportations Algériennes. De même pour les services bancaires, ils souffrent de délais longs et de la bureaucratie, en particulier, lors de l'ouverture du crédit documentaire. Il en est de même du délai d'encaissement après que le client ait effectué le paiement. Que beaucoup d'opérateurs se sont rabattus sur le marché domestique, limitant leur activité à satisfaire la demande intérieure. Il en est de même pour les procédures douanières, qui ne facilitent nullement un développement stable et pérenne à l'export, à cause des lenteurs pesant sur les délais de livraison, malgré les améliorations enregistrées depuis quelque temps.

---

<sup>97</sup> L'étude réalisée par Ecotechnics.

Toutes ces contraintes entravent et dissuadent les opérateurs économiques de tenter vers l'aventure à l'international. Par conséquent, ce qui concerne la répartition des activités internationales par les régions économiques au cours de l'année 2014. Les tableaux précédents montrent clairement que l'essentiel de nos échanges extérieurs restent toujours polarisé sur nos partenaires traditionnels.

Il est important de savoir que les recettes pétrolières ont connu une chute de 28% au premier trimestre 2015.

### **Conclusion du chapitre III**

Le rôle de l'Etat dans l'économie et sa contribution au processus de croissance économique a fait l'objet de plusieurs débats. Cette problématique est analysée d'une manière différente, selon les courants de la pensée économique. Les libéraux considèrent l'Etat comme un agent neutre, qui n'a aucun rôle à jouer dans l'économie. Ils estiment que le marché se règle automatiquement selon la loi de l'offre et la demande, la fonction principale de l'Etat est l'exécution des fonctions dites régaliennes (des politiques mises en vigueur pour la sécurité interne et externes afin de promouvoir les exportations). Par ailleurs, notre recherche nous a permis d'aboutir à certains résultats et délimiter quelque caractéristique que possèdent les PME Algériennes. Les entreprises Algériennes sont plutôt concentrées dans des créneaux que le secteur public a délaissés, ceci leur a donné des positions confortables de monopole, et se trouvent rentières. Elles sont plutôt familiales et peu inclinées à l'ouverture du capital aux étrangers.

Les PME Algériennes possèdent des ressources sous-utilisées faute d'un environnement propice aux affaires. Ce qui abouti à la non maîtrise ou/et la non utilisation des différentes techniques de croissances (cession, fusion, regroupement). Par conséquent, une collaboration pas assez développée entre entrepreneurs. Le marché des entreprises est principalement local et national, très rarement international et puis inondé d'activités informelles dans tous les domaines (financement, production, commercialisation, approvisionnement).

En l'Algérie, les gouvernements et les services publics devront créer de meilleures conditions pour favoriser, et performer le marché boursier. Encadrer et encourager les PME exportatrices, vus l'importance qu'elles recèlent pour assurer une croissance économique durable car seule les stratégies axées sur les exportations sont en mesure de contribuer au décollage de l'industrie des pays en développement et donc à une croissance plus rapide de leurs économies.

**Tableau n°07** : statistiques du commerce extérieur en Algérie période 2005-2014.

VALEUR EN MILLIONS USD	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES	1 099	1 158	1 332	1 937	1 066	1 526	2 062	2 062	2 165	2 810
EXPORTATIONS HYDROCARBURES	43 937	53 456	58 831	77 361	44 128	55 527	71 427	69 804	63 752	60 146
TOTAL DES EXPORTATIONS	45 036	54 613	60 163	79 298	45 194	57 053	73 489	71 866	64 974	62 956
IMPORTATIONS	20 048	21 456	27 631	39 479	39 294	40 473	47 247	47 490	55 028	58 330
BALANCE COMMERCIALE	24 989	33 157	32 532	39 819	5 900	16 580	26 242	24 376	9 946	4 626

**Source:** CNIS (Centre National sur l'Information Statistiques des Douanes).

La lecture de ce tableau n°07 ne nous présente que durant l'Année 2014, que l'Algérie a réalisé un excédent commercial de 4,63 mds USD. En effet, les exportations ont atteint 62.95 mds USD, accusant ainsi une légère baisse de 4,47%, quant aux importations, elles se sont établies à 58.33 mds USD, en hausse de 6% par rapport à l'année 2013. Cette tendance s'explique simultanément par une hausse des importations et une baisse des exportations enregistrées durant la période suscitée. Par ailleurs, en termes de couverture des importations par les exportations, les résultats en question, dégagent un taux de 108% en 2014 contre 118% enregistré durant l'année 2013.

Quant aux importations pour la même année 2014, elles se sont établies à 58 330 millions USD, contre 55 028 mds USD en 2013, accusant ainsi une hausse de 6 %, selon les statistiques de CNIS. Les hydrocarbures ont représenté l'essentiel de nos exportations à l'étranger durant l'année 2014 avec une part de 95,54% du volume global des exportations, et une diminution de 4,47% par rapport à l'année 2013. Et pour les exportations hors hydrocarbures, qui restent toujours marginales, avec seulement 4,46% du volume global des exportations soit l'équivalent de 2,81 milliards de Dollars US, ont enregistré une augmentation de 39,52% par rapport à l'année 2013. Pour mieux voir les valeurs, la figure suivante le montre beaucoup mieux.

## **CHAPITRE IV : SUIVI D'UNE PROCEDURE FINANCIERE LORS D'UNE OPERATION D'EXPORTATION AU NIVEAU DE LA BANQUE**

### **Introduction du chapitre**

Le stage est une expérience qui nous a permis d'être en contact direct avec l'environnement professionnel et de découvrir le monde de travail dans lequel nous entamerons notre future vie. En partant de cet appui, nous avons appris des leçons pratiques en essayant de briser les barrières de timidité, et d'adapter, d'améliorer nos connaissances théoriques. Il est certain que le stage ou plutôt les rapports directs avec le personnel permettent et offrent une sociabilité assez rapide et satisfaisante. Chacun des membres du personnel essaie de travailler d'une façon à améliorer son rendement, aussi il essaie de faire de son mieux pour que le travail soit terminé à temps.

Dans ce chapitre nous allons résumer tout ce qu'on a vécu pendant le stage, nous avons résumé la procédure financière quand à elle qui est au cœur du sujet sa démonstration se trouve dans la deuxième section.

Nous avons effectué notre stage pratique au niveau de la banque extérieur d'Algérie parce qu'on n'a pas eu de chance d'être acceptés dans une entreprise exportatrice. Et par faute de temps, élaborer une enquête sur le terrain pour un seul mois n'est pas suffisant de faire un bon travail et une bon diagnostique.

## Section 1 : PRESENTATION DU LIEU DE STAGE

La BEA, Banque Extérieur d'Algérie. Société par action Etatique à 100% avec un capital de 100 milliard de dinars Algérien. Son siège social se situe à Alger. Elle est connue pour son activité qui est pareille comme toutes les banques : la production bancaire et financement de tous les secteurs d'activité<sup>1</sup>.

Elle fut créée le 01 Octobre 1967 par Ordonnance N°67/204, sous la forme d'une société nationale avec un capital de départ 24 millions de dinars, constitué par une dotation entièrement souscrit par l'Etat. Dans le cadre du parachèvement du processus de nationalisation du système bancaire algérien, la BEA a repris successivement les activités de certaines banques étrangères exerçant en Algérie. Depuis 1970, la BEA s'est vu confier la totalité des opérations bancaires des grandes sociétés industrielles nationales.

A la faveur de la restructuration des entreprises industrielles et des mutations profondes engagées par les pouvoirs publics dans les années 80, la BEA change de statut et devint, le 05 Février 1989<sup>2</sup>, société par action en gardant globalement le même objet que celui qui lui été fixé par *l'ordonnance du 01 Octobre 1967*. En 2006, la banque procède à une large opération de restructuration de ses grandes fonctions et entame une nouvelle étape de modernisation en 2006. Cette dernière touche à la fois ses structures centrales et l'ensemble de son réseau. En 2007, modernisation du système d'information de la banque pour permettre une activité maîtrisée et sécurisée. En 2008, la banque se hisse au premier rang des banques maghrébines et 06<sup>ème</sup> au classement des 200 premières meilleures banques africaines, avec un total de bilan de 31 milliards de dollars<sup>3</sup>. Puis en 2009, La BEA conclut plusieurs conventions pour lancer les produits Leasing et Capital Investissement de la PME – PMI et banque assurance.

En 2011, extension du réseau et rénovation d'anciennes structures dans la perspective d'une modernisation complète et d'une amélioration constante de la qualité de service de points de vente. Elle marque à cette année même par une ouverture de la première agence en libre service à l'échelle nationale et par l'augmentation de son capital social à 76 milliards de dinars. Cette augmentation a permis à la BEA de se hisser à un standing qui l'autorise à agir de concert avec les grandes banques régionales et internationales.

En 2012, le réseau de la banque atteindre 127 agences qui sont dotées d'un potentiel humain qualifié et capable de relever les défis de la concurrence.

---

<sup>1</sup> Pris du lien : [www.BEA.dz](http://www.BEA.dz)

<sup>2</sup> ORDONNANCE 67-44 du 1er octobre 1967 portant réglementation des salaires minima interprofessionnels et des allocations familiales minima.

<sup>3</sup> Pris du site : <http://www.jeuneafrique.com/pays/algerie/>.

A partir de l'an 2013 et jusqu'à nos jours la BEA envisageait, la réalisation d'autres agences et filiales, un peut partout dans le territoire national, afin de s'approcher encore plus de ses clients et d'offrir un meilleur service avec moins d'efforts. L'objectif reste l'attractivité de nouveaux clients là ou ils sont. La banque a réalisé des progrès car on appris l'ouverture de deux agences déjà a Boufarik et Blida et d autre dans nord du pays sur tout.

## 1. DEMARCHE METHODOLOGIQUE SUIVIE

Notre spécialité encercle le niveau international comme relation des agents économiques. Nous nous sommes intéressés aux théories qui mènent à la création de richesse et au développement économique au niveau international. Effectivement, Grace à la méthode descriptive que nous avons choisie l'activité international résulte ou donne lieu à un développement en insistant de la production afin de promouvoir les exportations. Car avec l'entré de devise que l'activité international assure pour arriver à certain niveau de développement et de croissance. Cela revient par la suite aux performances des intervenants.

Nous nous sommes intéressés à la recherche documentaire sur des théories d'internationalisation. Grace à une étude faite par plusieurs auteurs ont abordé cette problématique de l'internationalisation. Parmi les approches trouvées nous avons suivit le courant de l'exportation. En effet, ce dernier représente le seul moyen pour les PME Algériennes avec lequel elles se présentent à l'international. Or cette exportation nécessite beaucoup de moyens dont les industries naissantes Algérienne ne se trouvent pas encore prêtes à la concurrence étrangère.

Notre recherche, nous a montré et aider à ressortir des résultats, que le secteur financier est l'élément moteur et essentiel vue son rôle et les engagements qu'il offre pour la continuité des opérations à l'étranger. Ainsi on s'est rapprocher alors des banques, précisément la banque extérieur d'Algérie (ou on a effectué le stage), afin de voir et de comprendre qu'est ce qui se passe réellement à son niveau concernant son aide à l'exportation. Cela nécessite de découvrir qu'elles sont les relations qu'elle entretient cette dernière, et comment est ce qu'elle procède à donner l'accord à l'aide pour que la transaction se déroule convenablement. Pour cela il nous été nécessaire de consulter les différents programmes muni par l'Etat et la règlementation de la Banque d'Algérie vis-à-vis des exportations.

## 2. DEFINITION DE L' AGENCE BEA N°41

L'agence BEA\041 de Bejaia a commencé son activité le 18 septembre 2006, dans le but de renforcer la représentation dans le centre du pays. Attachée à la direction générale de Sétif, la BEA est une agence qui tire sa spécificité de son portefeuille client et le constitué exclusivement de PME,

PMI et grandes entreprises. Elle dispose, actuellement, d'un effectif de 27 employés<sup>4</sup> en majorité composés de jeunes diplômés de l'université ainsi que l'école supérieure de banque en vue de réaliser les objectifs assignés à l'institution.

### 2.1. L'organisme de la BEA de Bejaia/Agence 41

Suite à la décision *règlementaire n°01/DG du 02/01/96* la banque est organisée autour de cinq (05) fonctions dominantes, à savoir ; la fonction engagement, la fonction finances et développement, la fonction internationale, la fonction secrétariat générale et la fonction contrôle. La structure organisationnelle de l'agence repose sur un modèle hiérarchique. Cette structure est représentée par l'organigramme est représenté dans une annexe jointe.

### 2.2. Missions et tâches de l'agence

L'objectif principal de la BEA est de faciliter et de développer les rapports économiques de l'Algérie avec d'autres pays dans le cadre de la planification nationale. Pour ce faire, la BEA doit rendre aux entreprises algériennes un service central de renseignements commerciaux susceptible de leur permettre dans les meilleures conditions continues de la conjoncture internationale. La BEA doit également aider à promouvoir les exportations de produits industrialisés concernant différentes branches d'activités allant des industries alimentaires aux complexes métalliques, mécaniques et pétrochimiques. Elle participe également à tout système ou institution d'assurances crédit pour les opérations avec l'étranger et peut être chargée d'en assurer la gestion et le contrôle.

Pour favoriser la réalisation de son projet, elle peut avec l'accord du ministre des Finances et les participations dans la société existante. Elle peut également être autorisée, par décision conjointe du ministre des finances du plan et ministère du commerce à prendre à l'étranger des participations dans des entreprises à promouvoir l'expansion du commerce Algérien. Elle peut mobiliser tous les crédits, notamment du commerce extérieur relevant des autres institutions bancaires publiques à participer dans tels crédits, les assortir de sa garantie conditionnelle, mobiliser auprès d'autre établissements tout financement qu'il aura elle même consentie.

Dans le cadre de la réglementation en vigueur, elle peut exécuter toutes opérations bancaires intérieures comptables avec son sujet. Elle peut, enfin, établir ou gérer des magasins généraux et d'effectuer toute acquisition, toutes locations ou autres opérations mobilières ou immobilières, nécessitées par l'activité de la société ou les mesures sociales en faveur de son personnel.

---

<sup>4</sup> Source du lieux de stage.



### 2.3. Performance

La BEA représente deuxième plus grande banque en Afrique du Nord et 8ème sur le continent africain<sup>5</sup>, la BEA est présente à l'international à travers plusieurs filiales et participations en Europe, aux Emirats Arabes-Unis et à Luxembourg. Elle possède un réseau assez large elle dispose de 92 participations et filiales<sup>6</sup>, tant industrielles que financières. Historiquement, le champ de développement et d'activités de la BEA était orienté essentiellement vers les secteurs des hydrocarbures et des grandes industries mais la banque s'est ouverte par la suite sur d'autres segments de la clientèle comme la PME, les particuliers et ménages. Six principales tâches qu'assure la BEA<sup>7</sup> : Elle propose la solution conforme aux attentes et adaptés aux besoins des clients, elle;

- ❖ Oriente et assiste dans la recherche de débouchés ;
- ❖ S'engage dans la confidentialité des données ;
- ❖ 92 agences facilitant le long déplacement des clients ;
- ❖ assure une couverture complémentaire à celle des assurances ;
- ❖ Met en place des financements de ces clients dans le cadre professionnel.

## 3. LES ACTIVITES REALISEES

L'agence BEA 0041, comme toute autre agence, doit par le biais des structures d'accueil et de traitement dont elle dispose, être en mesure de satisfaire la clientèle quelle que soit sa nature et son secteur d'activité. En effet, les principales activités sont résumées dans ce qui suit.

### 3.1. Les activités réalisées par l'agence n°41

Notre agence d'accueil est investie des principales activités suivantes :

- ❖ Le traitement des opérations bancaires confiées par la clientèle, l'entretien et le développement des relations commerciales avec celle-ci ;
- ❖ La réception, l'étude, la décision et la mise en place des crédits dans la limite des prérogatives ;
- ❖ La gestion et le suivi des crédits octroyés et des garanties exigées ;
- ❖ Le traitement des opérations du commerce extérieur.

---

<sup>5</sup> Document interne à la BEA.

<sup>6</sup> Ibid.

<sup>7</sup> Du site web : <http://www.BEA.dz>.

### 3.2. Les activités confiées durant le stage

Les missions étaient centrées sur la réception, la vérification et la consultation des dossiers que reçoit la banque quotidiennement bien sur dans le service du commerce extérieur, elles ont été étendues, notamment du fait de notre expérience vécue lors de notre stage, mais aussi au regard de notre formation dans le cadre du master. Les missions qui nous ont été confiées, nous ont permis de confronter nos connaissances à la pratique, mais elles ont été également l'occasion de gérer une opération de commercialisation à l'étranger. Aussi de confronter nos idées à celles de nos collègues, et de trouver des solutions pratiques aux questions parfois qui se posent dans le domaine des échanges internationaux.

Durant notre stage, on a eu l'opportunité de découvrir sur le terrain, les procédures de financement et de gestion des exportations ainsi que les importations. Cette tâche ne pourrait s'effectuer qu'au sein du service commercial de la BEA Bejaia, dans laquelle on a pu connaître et filtrer différentes annexes concernant les échanges, et les transactions, que ce soit interbancaire ou bien entre l'agence 41 et la banque d'Algérie et aussi entre les banques étrangères et l'agence 41.

La domiciliation et son importance était notre plus importante découverte durant notre expérience à la banque. On avait sus et compris la nécessité et le rôle majeur de cette phase indispensable qui fait partie de l'essentiel dans une procédure d'échanges internationaux. Notre promotrice dans le lieu de stage nous chargeait, de vérifier et de consulter les domiciliations, afin de bien suivre le déroulement et l'enchaînement jusqu'à acheminement d'une exportation ou d'une importation des biens.

Il faut noter que nos activités au sein de la banque étaient multiples. En passant par les guichets puis le service des crédits, et également celui de la caisse et de changes. Nous avons vu que faire un simple change de devise ou d'achat de cette dernière, doit répondre aux lois et règlements qu'impose la banque d'Algérie. On a découvert que la responsabilité et/ou les conséquences de non rapatriement, ou en cas d'insuffisance de rapatriement sera néfastes parfois, car la responsabilité est sous charge de l'agence alors que les conséquences seront supportées par la banque d'Algérie. L'agence doit informer immédiatement après la fin de délai accordé au client, si ce dernier se présente en insuffisance de paiement. Ce qui nous a permis de découvrir encore le rôle et l'implication de la banque d'Algérie même dans les petites transactions vers l'étranger.

### 3.3. Le système Swift

Toutes les opérations documentaires nécessitent une communication, un langage entre les banques pour assurer les transmissions. L'ancien réseau existant au niveau des banques se limite à des courriers, câble ou télex et n'étaient pas rapides dans la réalisation des règlements financiers internationaux à travers le monde entier. Pour cela, il y a eu la fondation d'une nouvelle société qui à

pour objectifs l'amélioration des paiements financiers Internationaux en introduisant une plus grande normalisation dans les relations Bancaires et en permettant le mécanisme et le traitement des opérations par des systèmes informatiques, ce réseau et nomme « Society for Worldwide Interbank Financial Télécommunication » S.W.I.F.T, dont le siège social est à Bruxelles<sup>8</sup>.

### 3.3.1. Définition du système Swift

SWIFT, société coopérative a but non lucratif, fondé en 1977 par 239 banques appartenant à 15 pays. Elle à pour mission d'élaborer un outil moderne de communication via l'outil informatique<sup>9</sup>. Et cette société à pour objectifs d'améliorer les paiements financiers internationaux en introduisant une plus grande normalisation dans les relations bancaires et en permettant le mécanisme et le traitement des opérations par le système informatiques. Il est largement utilise aujourd'hui par les banques pour effectuer des paiements internationaux, il n'est qu'un moyen de paiement, c'est un réseau de télétransmission prive, loue aux administrations qui ont le monopole de télécommunication, gère par ordinateur et dont l'usage est réserve aux banques membre de la société qui en assure la gestion.

Son fonctionnement fait l'objet d'une normalisation afin d'automatiser au maximum les traitements afin de les exécutés dans les délais. Les banques y sont identifiées par un code BIC et c'est la Society for World Wide Interbank Financial Télécommunication qui gère l'enregistrement de ces codes. Pour cette raison, le BIC est aussi souvent appelé code SWIFT.

### 3.3.2. Exemplaïre de messages Swift et leurs signification

Les banques communiquent entre elles et plusieurs messages existent tel que (annexe n°II):

- ❖ MT 700/MT701 : Emission d'un crédit documentaire ;
- ❖ MT 705 : Préavis d'émission d'un crédit documentaire ;
- ❖ MT 707 : Modification d'un crédit documentaire ;
- ❖ MT 710/MT711 : Notification d'un crédit documentaire par l'entremise d'une Banque tierce ;
- ❖ MT 720/MT721 : Transfert d'un crédit documentaire ;
- ❖ MT 730 : Accuse de réception ;
- ❖ MT 732 : Avis de levée de réserves ;
- ❖ MT 734 : Avis de refus ;
- ❖ MT 740 : Autorisation de remboursement ;
- ❖ MT 742 : Demande de remboursement ;

<sup>8</sup> Expliqué par un agent de BEA.

<sup>9</sup> Extrait de document interne de la BEA agence 041 de Bejaïa.

- ❖ MT 747 : Modification d'une autorisation de remboursement ;
- ❖ MT 750 : Avis d'irrégularités ;
- ❖ MT 752 : Autorisation de paiement d'acceptation/de négociation ;
- ❖ MT 754 : Avis de paiement / d'acceptation/de négociation ;
- ❖ MT 756 : Avis de remboursement ou de paiement ;
- ❖ MT 202 : banque à banque (crédit acheteur) ;
- ❖ MT 103 : banque fournisseur (crédit fournisseur).

### 3.3.3. Avantage de ce système

La sécurité, la rapidité, la fiabilité sont les principaux avantages que peut offrir ce système<sup>10</sup> :

#### 3.3.3.1. La sécurité

Les moyens de traitement de l'information qui interviennent aux différents niveaux du réseau sont équipés de programmes sophistiqués de détection des erreurs. On retrouve des messages échangés entre les concentrateurs et les centres de traitements sont cryptés par ordinateurs, le réseau est ainsi protégé contre les écoutes pirates.

#### 3.3.3.2. La rapidité

Le temps de transmission d'un message est très inférieur au délai d'acheminement d'un courrier postal. Si les communications par télex sont parfois plus rapides, elles sont réservées aux affaires urgentes ou bien d'un montant important

#### 3.3.3.3. Le message Swift

Ce caractérise par un cout réduit, peut être utilisé tant que le destinataire reste relié au réseau.

#### 3.3.3.4. La fiabilité

Une qualité qu'a le système Swift, les utilisateurs doivent en avoir des positions 24 heures sur 24 heures et 7 jours sur 7.

Comme nous venons de le citer, le système Swift possède des points positifs très importants pour la continuité et la fluidité des transmissions entre les banques. Néanmoins il existe un inconvénient dans son procède qui est les non délivrance d'aucun accuse de réception, ceci que le contrôle de la bonne transmission ne peut se faire qu'a travers le contrôle de l'opération elle-même.

---

<sup>10</sup> Extrait de document interne de la BEA agence 041 de Bejaïa.

Sur le plan professionnel, nous avons pu constater qu'il y a une confrontation des méthodes techniques et théoriques apprises durant le cursus universitaire avec celles pratiquées en au sein de la banque. Nous avons résumé après cette brève expérience des caractéristiques qui doivent y être pour réussir une vie professionnelle, il faut :

- ❖ Avoir un esprit d'équipe et de complémentarité ;
- ❖ Etre patient et avoir la persévérance ;
- ❖ Avoir le courage d'affronter n'importe quelle situation ;
- ❖ Avoir la confiance en soi ;
- ❖ Avoir le sens de la responsabilité.

Connaitre ce que c'est la banque et son rôle dans l'économie nationale, avec ses activités, services et performances ; est très essentiel pour pouvoir se situer et bien analyser la situation financière afin d'aboutir à un bon diagnostic avec lequel on pourra proposer et trouver des solutions aux contraintes et entraves de la promotion du commerce extérieur.

Pour la section suivante, nous allons voir réellement et sur le terrain, comme il se doit pour une procédure financière d'une opération d'exportation dans la banque, avec les différentes étapes et règlements.

## **Section 2 : SUIVI DU DEROULEMENT D'UNE OPERATION D'EXPORTATION AU SAIN DE LA BEA ET VERIFICATION DES HYPOTHESES**

Le rôle de la banque dans une transaction à l'échelle internationale ou même nationale, est de rendre l'opération légitime en appliquant les lois et règlements de la banque d'Algérie. Or la banque doit exiger une certaine procédure et en passant par plusieurs services.

L'exportateur achève sa mission une fois la banque lui crée un chapitre qui est la domiciliation, par lequel il pourra par la suite suivre son enchaînement jusqu'à l'apurement afin de devenir apte à un rapatriement du produit à l'exportation.

A partir de notre stage dans la banque, on a pu résumer cela en trois phases qui vont suivre, et de donner quelques exemples et annexes dans l'espérance de bien expliquer une des phases d'une opération d'exportation qui est la phase financière. Nous allons voir les différentes étapes de la procédure du financement d'une opération d'exportation au niveau de la BEA dans ce qui suit.

## 1. DOMICILIATION BONCAIRE

Dans le cadre du contrôle de change en Algérie et en vertu du règlement n°92-12 du 14/08/1991, la banque d'Algérie a rendu la domiciliation préalable obligatoire à la réalisation de toute transaction commerciale quelle que soit sa nature (importation, exportation) avec l'étranger<sup>11</sup>. Chaque opération d'import-export des biens ou services doit être soumise à une opération de domiciliation, conformément à l'article 29 du règlement paru dans le journal officiel algérien N° 31 du 13 mai 2007, relatif aux règles applicables aux transactions courantes avec l'étranger et aux comptes devises<sup>12</sup>.

### 1.1. Définition

La domiciliation est une immatriculation des opérations du commerce international, pour objet le contrôle des changes du commerce international. Elle consiste pour :

#### 1.1.1 L'exportateur

A choisir une banque intermédiaire agréée avec laquelle il va accomplir toutes les formalités bancaires relatives à la réalisation de la transaction.

#### 1.1.2 La banque

A donner une assise légale à l'opération en recueillant tous les documents prévus par la réglementation et les règles du commerce extérieur.

Cette domiciliation peut être relative aux importations ou aux exportations et l'attestation de domiciliation est délivrée par la banque intermédiaire agréée choisie par l'exportateur où il possède un compte bancaire, elle est établie pour chaque opération d'exportation. Elle sert à la prévision du panier de devises à décaisser dans un avenir plus en moins proches<sup>13</sup>.

Deux types de domiciliations à l'exportation existent : La domiciliation des exportations à court terme où le règlement s'effectue dans un délai inférieur à 180 jours<sup>14</sup>. Et la domiciliation des exportations à moyen terme où le règlement s'effectue dans un délai supérieur à 180 jours. Les exportations à moyen terme doivent être préalablement autorisées par les services du contrôle des changes de la Banque d'Algérie. Leur traitement repose sur les textes suivants :

---

<sup>11</sup> Loi N° 92/006 du 14 août 1992 Relative aux sociétés coopératives et aux groupes d'initiative commune ; Décret N° 92/455/PM du 23 novembre 1992.

<sup>12</sup> Ministère des finances, Article n° 29, 56,57, 58, du 13/05/2007, du journal officiel n°31 relatif au règlement de la banque d'Algérie.

<sup>13</sup> Revue éditée par la BEA n° 11, novembre 2003.p9.

<sup>14</sup> Règlement n°11-06 du 19 octobre 2011 modifiant et complétant le règlement n° 07-01 de la Banque d'Algérie du 03 février 2007 relatif aux règles applicables aux transactions courantes avec l'étranger et aux comptes devises.

- ❖ Règlement de la BANQUE D'ALGERIE n°91-12 relatif à la domiciliation des importations ;
- ❖ Règlement 91-13 relatif à la domiciliation des exportations hors hydrocarbure ;
- ❖ Règlement BCA n°95-07 du 23/12/1995 relatif au contrôle de changes.

## 1.2. Traitement de l'opération de domiciliation

Comme pour les importations, la domiciliation des exportations est subordonnée à la présentation par le client, d'une demande d'ouverture de dossier de domiciliation export, d'un contrat commercial ou d'une facture commerciale (annexe n°III). Aussi un certificat expliquant l'originalité de la marchandise qu'elle est purement Algérienne.(annexe n°VIII)

Après vérification de conformité de ces documents, le banquier ouvre la domiciliation sur le system DELTA, puis il enregistre l'opération sur « un répertoire des dossiers d'exportations domiciliés », et procède ensuite à :

### 1.2.1 L'attribution d'un numéro de domiciliation

Qui est en effet une immatriculation de chaque dossier d'exportation. Il s'agit d'une numérotation dont chacun des chiffres ou lettres correspond à quelque chose. La griffe se présente comme suite<sup>15</sup> (chaque colonne correspond à un numéro):

**Tableau n°13:** Format d'une domiciliation au niveau de la banque

<b>Banque Extérieure d'Algérie</b>							
<b>Agence de Bejaïa (41)</b>							
Implantation de la banque, par code de wilaya	Code d'agrément de la banque	Code d'agrément du guichet	Année d'ouverture du dossier	Le Trimestre	Mode de réalisation (CT/MT)	Cinq numéros indiquant l'ordre du dossier ouvert dans le même trimestre	Code de la monnaie de transaction

**Source :** construit par nos soins à partir des documents internes à l'entreprise

<sup>15</sup> Document interne de la BEA Bejaia/Agence41.

Exemple :

Banque Extérieur d'Algérie							
Agence de Bejaïa (41)							
06	01	03	2015	2	CT	00129	DZD

## 1.2.2 La remise à l'exportateur des exemplaires de factures dûment domiciliées

Après ouverture de la domiciliation sur le système, Le banquier contribue une matricule sur la facture reçu, et remet une copie à l'exportateur afin qu'il puisse dédouaner avec sa marchandise (annexe n°IV).

## 1.2.3 L'établissement de la fiche de contrôle réglementaire

Cela sert pour l'enregistrement des renseignements concernant les conditions de la transaction et abrite toutes les pièces afférentes à la domiciliation.

## 1.2.4 Prélèvement des commissions de domiciliation

Le banquier débite le compte du client du montant des commissions qui est de 1700,00 da plus 17 % de la TVA.une annexe est jointe expliquant les tarifs des différentes commissions. (annexe n°V)

**Figure n°15 :** L'enregistrement comptable du prélèvement de la commission de domiciliation :

Débit : compte client en DZD	1.755, 00 DA
Crédit : commissions sur commerce extérieur	1.500, 00 DA
Crédit : TVA collectée	255,00 DA

**Source :** construit par nos soins à partir des documents internes à l'entreprise

## 1.3. Gestion du dossier de domiciliation

La période de gestion du dossier de domiciliation est comprise entre la date de son ouverture et sa date d'apurement. Pendant cette période, l'agence domiciliataire doit suivre le dossier et intervenir autant que le besoin, pour complément d'information ou pour réclamer des documents, éventuellement manquant, qu'elle devra rajouter au dossier de domiciliation. La banque doit s'assurer également du rapatriement du produit de l'exportation dans le cas échéant et cela conformément à l'article 11 du règlement 91-13 de la Banque d'Algérie.



### 1.3.1. Apurement du dossier de domiciliation

L'apurement consiste à réunir, dans les délais fixés, les différents documents que doit comporter le dossier à son échéance soit<sup>16</sup>: la facture définitive domiciliée, le document douanier "D11" exemplaire banque (annexe n°VI).

Ensuite, intervient l'étape de la vérification, ou le chargé de l'opération confronte les montants portés dans chaque document. Il peut se trouver face à trois cas :

#### 1.3.1.1. Les dossiers apurés

L'exportation a été réalisée physiquement et financièrement. Implique que le montant net rapatrié est égale à la valeur dédouanée. Et aussi que l'exportation a été réalisée dans le délais et montant rapatrié.

#### 1.3.1.2. Les dossiers en insuffisance de règlement

Lorsque la valeur dédouanée est supérieur au montant rapatrié.

#### 1.3.1.3. Les dossiers en excédent de règlement

Ce cas existe lorsque la valeur dédouanée est inférieure au montant rapatrié.

Durant cette phase d'apurement du dossier, l'agence doit adresser des comptes rendus à la Banque d'Algérie sur des formulaires qui doivent être datés, cachetés et signés par les personnes habilitées de l'agence<sup>17</sup>, et ce selon le calendrier suivant :

- ❖ 28/02 de l'année "n" : les dossiers ouverts durant le 3ème trimestre de l'année "n-1" ;
- ❖ 03/05 de l'année "n" : les dossiers ouverts durant le 4ème trimestre de l'année "n-1" ;
- ❖ 31/08 de l'année "n" : les dossiers ouverts durant le 1er trimestre de l'année "n" ;
- ❖ 30/11 de l'année "n" : les dossiers ouverts durant le 2ème trimestre de l'année "n".

Mais aussi à chaque fin du mois, l'Agence BEA devra aussi élaborer des annexes selon la loi N°03/07 du 31/05/2007 relatif à l'article 2 au règlement de la banque d'Algérie<sup>18</sup>. La banque devra résumer en trois annexes toutes opérations import ou export de bien ou de service suivant l'ordre exigé, l'article 2 stipule : « Les banques et les établissements financiers, intermédiaire agréés, sont tenus de transmettre à la Banque d'Algérie (Direction Générale des Changes) mensuellement et dans les

<sup>16</sup> *Instruction*° 04/11 du 19 octobre 2011 modifiant et complétant l'*instruction* n° 79-95 du 27 décembre 1995, portant organisation et fonctionnement du marché interbancaire des changes.

<sup>17</sup> Relatif à la réglementation de la banque d'Algérie retiré de : <http://www.bank-of-algeria.dz/html/legist37.htm>

<sup>18</sup> Ministère des finance, 2007.*Instruction* n° 03-070 du 31 mai 2007 relatif à la procédure de déclaration et de suivi des dossiers de domiciliations des transactions courantes à l'étranger, Article 2.

deux (02) semaines qui suivent le mois de référence, les déclarations d'ouverture et d'apurement des dossiers de domiciliation à l'importation et à l'exportation des biens et services, établies selon le cas, conformément aux canevas, visés ci-après, joints en annexes:

- ❖ la déclaration d'ouverture des dossiers de domiciliation à l'importation et à l'exportation des biens et services « annexe 1 » ;
- ❖ la déclaration des dossiers de domiciliation à l'importation et à l'exportation des biens et services apurés « annexe 2 » ;
- ❖ la déclaration des dossiers de domiciliation à l'importation et à l'exportation des biens et services transmis non apurés, présentant selon le cas, une situation en excédent de règlement ou en insuffisance de rapatriement « annexe 3 ».

Les dossiers de domiciliation que la banque a déclarée doivent être conservés avec tous les justificatifs appropriés au niveau de l'agence domiciliaire pour être mis à la disposition du contrôle des changes ou tout autre organe de contrôle externe pendant une durée de cinq ans<sup>19</sup>.

Conformément à l'article 33 du règlement N° 31 DU 13 mai 2007, des dispenses de la domiciliation bancaire peuvent exister. Autrement dit existe une sortie ou une entrée de biens et de services au de la des frontières sans avoir recours à une domiciliation. Conformément aux dispositions des lois de finances :

- ❖ Les importations / exportations réalisées par les voyageurs pour leurs usages personnels ;
- ❖ Les importations réalisées par les nationaux immatriculés auprès des représentations diplomatiques et consulaires algériennes à l'étranger lors de leur retour définitif en Algérie ;
- ❖ Les importations paiements réalisés <sup>20</sup>à l'étranger lors de leur retour en Algérie.
- ❖ Les importations /exportations d'une valeur inférieure à la contre-valeur de 100,000 DA en valeur Free On Board.
- ❖ Les importations/exportations d'échantillons, de dons et marchandises reçus dans le cas de la mise en jeu de garantie.

---

<sup>19</sup> Vu des instructions du règlement 91-12 relatif à la domiciliation des exportations

<sup>20</sup> Cette importation réalisée par les agents diplomatiques et consulaires et assimilés ainsi que ceux des représentations des entreprises et des établissements publics.

## 2. RAPATRIEMENT DU PRODUIT A LA VENTE ETRANGERE

Conformément aux dispositions<sup>21</sup> :

### 2.1. Rapatriement du produit à la vente

Toute exportation doit faire l'objet d'un paiement et d'un rapatriement en Algérie du produit de la vente. Toute infraction à l'obligation et aux délais prescrits pour le rapatriement de la devise, peut entraîner une interdiction d'exercice du commerce extérieur. D'ailleurs, l'exportateur devra signer un engagement de rapatriement de fonds dans les délais convenus (annexe n°VIII). En termes de rétrocession du produit de la vente, l'inscription des recettes d'exportation est fixée par l'Instruction de la Banque d'Algérie N° 05/11 du 19 octobre 2011 modifiant les dispositions de l'Instruction N° 22/94 du 12 avril 1994.

La répartition du produit de l'exportation est fixée comme suit<sup>22</sup>:

- ❖ 50% en Dinars Algériens, à porter sur le «Compte dinars exportateur»
- ❖ 50 % en devises dont :
  - 30% sur son compte devises « personnes morales » (instruction de la banque d'Algérie n°22/94 du 12.04.1994)<sup>23</sup> ;
  - 20 % pouvant être utilisés en dehors des règles de fonctionnement du compte devises à la discrétion et sous l'entière responsabilité de l'exportateur.

Le délai de rapatriement du produit de la vente est fixé à un maximum de 180 jours après la date d'expédition de la marchandise. Une autorisation préalable peut cependant être demandée à la Banque d'Algérie, en cas de rapatriement dépassant les délais de 180 jours.

Les rapatriements doivent intervenir dans les délais réglementaires décomptés (180 jours), à partir de la date de chaque vente.

<sup>21</sup> • Règlement n° 90-02 du 8 septembre 1990 fixant les conditions d'ouverture et de fonctionnement des comptes devises des personnes morales.

• Règlement n° 11-06 du 19 octobre 2011 modifiant et complétant le Règlement n° 07-01 de la Banque d'Algérie du 03 février 2007 relatif aux règles applicables aux transactions courantes avec l'étranger et aux comptes devises.

• Note Banque d'Algérie n°09/92 du 26/11/1992 concernant l'encaissement et le rapatriement du produit des exportations

• Instruction de la Banque d'Algérie n°07-2002 du 26 décembre 2002, modifiant les dispositions de l'instruction n°22-94 du 12 avril 1994 modifiée fixant le pourcentage des recettes d'exportation hors hydrocarbures et produits miniers ouvrant droit à l'inscription au(x) compte(s) devises des personnes morales.

<sup>22</sup> Règlement de la Banque d'Algérie n° 05/90 du 08 octobre 1990 fixant les conditions d'ouverture et de fonctionnement des comptes devises des personnes morales.

<sup>23</sup> Instruction de la Banque d'Algérie n°05/11 du 19 octobre 2011 modifiant les dispositions de l'Instruction n° 22/94 du 12 avril 1994 modifiée et complétée fixant le pourcentage des recettes d'exportation hors hydrocarbures et produits miniers ouvrant droit à l'inscription au(x) compte(s) devises des personnes morales.

Les parties prenantes dans les opérations d'achat ou de vente à l'étranger, restent toujours méfiantes l'une à l'autres. En effet, elles concluent un contrat commercial ou elles émettent des clauses de sécurités comme prévention au cas de réalisation d'un conflit.

## 2.2. Résolution des conflits

L'arbitrage est un mode alternatif de résolution de conflits, dans lequel un arbitre intervient pour prendre des décisions qui engagent les parties qui font appel à ses services. L'arbitrage recourt à un tribunal pour examiner les questions sur lesquelles les parties sont en désaccord et décide d'une solution pour les régler.

Les entreprises négocient sous leur seule responsabilité leurs contrats internationaux. Or, parmi les clauses les plus importantes qu'elles ont à négocier, il y a celles relatives au règlement de leurs litiges commerciaux. Cela suite à un des articles du contrat par exemple : *l'Article 37 : du règlement des différends qui stipule : Tout différends ou litige de toute nature pouvant survenir entre le maitre de l'ouvrage et l'entrepreneur au sujet de l'interprétation, de la validité et/ou de l'exécution du présent contrat sera réglé à l'amiable par les parties. Dans le cas contraire le différend sera tranché définitivement suivant le règlement de conciliation et d'arbitrage de la chambre de commerce internationale par trois arbitres nommés conformément à ce règlement.*

*En cas d'arbitrage, le droit applicable au présent contrat sera le droit en vigueur en Algérie. Le lieu de l'arbitrage sera en SUISSE. La langue d'arbitrage sera le français.*<sup>24</sup>

En Algérie, la modification du Code de Procédure Civile par le *Décret n° 93-09 du 25 avril 1993*<sup>25</sup>, permet aux entreprises privées et publiques, de recourir sans équivoque à l'arbitrage interne et international pour régler leurs litiges économiques et commerciaux. Il suffit simplement que l'une des parties saisisse le Secrétariat du Centre, pour déclencher la procédure d'arbitrage. Toutefois, afin que le Centre de Conciliation et d'Arbitrage de la CACI se montre compétent pour le traitement d'un litige résultant d'un contrat entre deux parties, ce contrat doit obligatoirement comprendre une clause appelée «clause compromissoire» rédigée comme suit:

*«Tout différend ou contestation pouvant naître à l'occasion de l'interprétation et l'exécution du présent contrat, seront réglés à l'amiable dans un délai de ...<sup>26</sup> à compter de la notification par l'une quelconque des parties à l'autre de son désir d'y parvenir. A défaut, ces différends ou contestations seront tranchés par le Centre de Conciliation et d'Arbitrage de la Chambre*

<sup>24</sup> Pris d'un contrat de vente x au niveau de la BEA.

<sup>25</sup> *Décret législatif n°93-09 du 25 avril 1993* modifiant et complétant *l'ordonnance n°66-154 du 8 juin 1966* portant code de procédure civile, du journal officiel de la république Algérienne n°27.

<sup>26</sup> Les parties contractantes se mettent d'accord pour une période donnée.

*Algérienne de Commerce et d'Industrie, conformément à son règlement. Ses décisions sont définitives et sans recours».*

### 3. VERIFICATION DES HYPOTHESES

Des politiques et réformes ont été menées par l'Etat Algérien, pour objectif de s'en passer des dépendances des hydrocarbures. Cela n'est pas le cas après de nombreuses années quand on voit les énormes recettes des dépenses publiques qui viennent toutes de la vente de cette richesse.

Des politiques de promotion des exportations ont permis le développement de l'économie Algérienne, comparant aux années après l'indépendance où les transactions commerciales avec l'étranger étaient caractérisées d'une mono exportation, et pratiquement que des importations. Or, maintenant on assiste à de nombreuses opérations d'export.

Aujourd'hui notre pays arrive à développer même d'une façon faible et insignifiante comparant ses exportations aux exportations mondiales, vu leur part dans les échanges mondiaux, mais arrive tout de même à diversifier les produits destinés à l'export.

Les recettes récoltées de ces exportations seront toutes destinées aux dépenses publiques, à savoir les dépenses d'investissements (le cas de l'ANDI et ANSEJ), car la richesse d'un pays ne se mesure pas seulement de sa richesse naturelle mais de sa richesse produite (secteur travail, et productivité).

L'orientation de l'économie extérieure vers une économie de marché et de concurrence était la seule solution pour obéir aux réformes de l'FMI et de faire sortir le pays de la crise. Ainsi les risques qu'engendre la mono exportation sur le développement qui se trouve attaché aux cours de l'or noir sont dangereux. Or l'Algérie n'est pas responsable sur l'élaboration de ces cours. L'Algérie se trouva dans une économie ouverte où elle doit protéger ses entreprises. Des programmes et des plans d'ajustement ont été élaborés.

Hélas, l'absence d'un marché financier limite les possibilités de placement financier et oriente naturellement les détenteurs d'une épargne importante vers l'investissement sans qu'ils aient réellement l'esprit d'entreprise. Aussi les organismes d'appui aux exportations (Promex, Cagex, Safex, Caci, Services commerciaux des ambassades algériennes à l'étranger...) sont loin de remplir le rôle qui devrait être dans la dynamisation des exportations hors hydrocarbures. De la même manière, les performances du fonds de soutien à la promotion des exportations sont très en deçà des ambitions affichées par ses textes de créations.

D'après les analyses des tableaux et graphes et en comparant avec les statistiques des années précédentes en raison des exportations, nous pourrions voir une amélioration vis-à-vis de la gamme des produits exportés, et leurs quantités. Notamment le nombre de partenaires à l'export. En vu du

jour, cette amélioration est d'un faible cota par rapport à ce que le gouvernement attend des programmes et plans mis en œuvre.

Cela revient au manque de contrôle de toutes les aides qu'elles soient pécuniaire ou non, et manque de suivi. Aider tout seul n'est pas suffisant. Il est important aussi de discuter des nombreux facteurs contraignants et attardant la procédure d'exportation. Car elle peut provoquer une perte de clients étrangers.

Enfin, Les textes réglementaires, notamment ceux relatifs au contrôle des changes maintiennent des dispositions incohérentes avec une dynamisation des exportations hors hydrocarbures.

A présent, nous avons appris les différentes étapes de la procédure financière comment se déroulent elles. Nous avons constaté qu'au niveau de la banque concernant les exportations aucune entrave n'est disponible. Au contraire, le service bancaire couvre l'exportateur de l'acheteur étranger, cela revient aux modes de transfert d'argent (CREDOC, REMISE DOC) utilisé. Aussi les banques peuvent même accorder des crédits pour qu'ils puissent d'abord produire la commande, et lui laissent le temps pour rembourser une fois l'acheteur aura réglé sa dette.

À travers les éléments traités dans ce chapitre, nous constatons qu'une importance particulière doit être accordée à l'établissement du contrat international qui doit contenir les clauses essentielles de nature à prévenir les sources de litiges. Ce contrat constitue une protection juridique efficace pour les parties en préservant leurs intérêts selon le maximum de cas de figures envisageables. Il doit faire référence à l'incoterm choisi afin d'éviter les litiges concernant la répartition des frais et des risques entre l'importateur et l'exportateur.

## **Conclusion du chapitre IV**

À travers les éléments traités dans ce chapitre, nous constatons qu'une opération de commerce extérieur est un processus complexe qui nécessite plusieurs documents pour le réaliser. Mais, ils participent réellement à la satisfaction des demandes locales. Ainsi qu'à l'amélioration du niveau de production permettant l'augmentation du volume d'exportation.

La majorité de ces documents là, sont imposés après étude par la chambre du commerce international. Avec imposition également des conditions internationales de vente. Ils constituent souvent pour le banquier, les faits générateurs des paiements ou des financements des opérations de ses clients. Une importance particulière doit être accordée à l'établissement du contrat international qui doit contenir les clauses essentielles de nature à prévenir les sources de litiges.

La domiciliation, procédure impérative et préalable à toute opération de commerce avec l'étranger. Est en fait qu'un moyen administratif imposé par l'autorité monétaire (banque centrale d'Algérie) afin d'assurer le control des flux financiers provenant ou à destination de l'étranger. Et d'écarter le risque de fuite des capitaux. C'est dans ce cadre que celle-ci a désigné les banques commerciales qu'elles soient étrangères ou nationales comme intermédiaires. Cela en leurs attribuant l'agrément d'accompagner les commerçants dans leurs opérations avec l'extérieur.

Enfin, la domiciliation bancaire qui est préalable à toute opération du commerce international permet au banquier de procéder à une première estimation de l'opération commerciale de son client, après avoir examiné tous les éléments du contrat.

## CONCLUSION GENERALE

Nous avons tout au long de ce travail tenter d'analyser la politique publique de soutien aux exportations hors hydrocarbures établie par le gouvernement Algérien et ayant affiché pour objectif de réussir à diversifier les secteurs à l'exportation. En effet, des signes de bonne volonté en la matière semblent surtout apparaître lors des différentes assises nationales ayant pour préoccupation majeure la promotion des exportations et le soutien aux entreprises exportatrices.

La situation économique de l'Algérie reste inquiétante, caractérisée par une forte vulnérabilité due principalement à sa concentration sur une seule source de richesse. De ce fait, l'émergence d'entreprises performantes capables d'affronter la concurrence aussi bien sur leur marché national que sur les marchés étrangers est impératif. En effet, ce sont ces dernières qui créent, qui innovent et qui vendent sur les marchés internationaux. Elles sont donc les seules, si elles sont bien appuyées qui pourront sortir le pays de sa dépendance à l'égard de l'énergie fossile.

Cependant, la situation actuelle fait ressortir que les entreprises exportatrices algériennes sont fortement menacées par leurs concurrents étrangers qui servent le marché Algérien par des produits plus compétitifs. En plus, de nombreuses contraintes perdurent quant au développement de leur activité d'exportation.

Les caractéristiques du secteur des PME soulignées, semblent expliquer en grande partie ce faible niveau d'internationalisation par l'exportation. En effet, un handicap à l'exportation dans la mesure où ce type d'entreprises ne peut pas tirer profit d'économie d'échelle que permettent la diversification et l'élargissement de la gamme de produits. De ce fait, les PME algériennes sont souvent concentrées dans des activités à faible valeur ajoutée et se focalisent dans la production de biens de consommation dans le but de satisfaire la demande locale. Cette dernière remarque mérite l'attention puisque l'importance du marché national, non encore saturé, laisse les entrepreneurs peu motivés à l'exportation. Le marché local est ainsi, considéré comme le premier voire l'unique objectif pour la PME.

Il faut bien souligner qu'une réduction des droits de douane frappant les inputs et les demi-produits, aujourd'hui généralement importés, se traduira par une plus grande compétitivité des produits de fabrication nationale, puisqu'elle viendra améliorer leur protection effective. L'adhésion à l'OMC ne se traduit pas, à l'inverse de l'accord d'association, par l'instauration d'une zone de libre échange. Il s'agit de consolidations tarifaires assorties le plus souvent de périodes de convergence. Autrement dit il s'agit de s'engager sur des niveaux plafonds de droits de douane (en initial et en final à l'issue de la période de convergence) à ne jamais dépasser, sauf cas de mise en œuvre de mesures de sauvegarde dûment justifiées par des enquêtes économiques.



Enfin, nous avons constaté une conviction que c'est avec un réel engagement de l'Etat et de ses institutions, en mettant en place des actions de promotion plus volontaristes que nos entreprises puissent intégrer l'activité de l'exportation dans leurs objectifs stratégiques. Ainsi, il est capital que ce volet stratégique et spécifique à l'exportation puisse faire une partie intégrante aussi bien dans la politique de promotion que dans les programmes de mise à niveau de ces entreprises, cela aiderait enfin au processus d'enracinement et de promotion de la culture d'exportation au sein des entreprises nationales, qui pour le moment manquent de compétences pour s'ouvrir sur les marchés étrangers.

Dans le contexte d'une intégration économique poussée, presque tous les pays comptent de plus en plus sur les exportations pour assurer leur développement. De fait, de nombreux pays font tirer leur croissance par les exportations. C'est pourquoi, l'Algérie doit trouver les incitations qui convient parfaitement pour pousser les entreprises à pénétrer le marché mondial. En vérité, si la compétitivité à l'exportation d'un pays dépend de ses entreprises, et notamment de ses PME, la compétitivité à l'exportation d'une entreprise est liée, d'une part à sa capacité à offrir des produits de qualité à des prix compétitifs, et à la pertinence des mécanismes de soutien mis en œuvre en faveur des entreprises à l'exportation, ainsi qu'à l'efficacité des institutions publiques qui facilitent et accompagnent l'internationalisation des entreprises, particulièrement les PME.

Le développement de notre pays c'est la responsabilité de tous en étant Algériens, c'est à nous est dans nos main qui faut trouver chercher comment est ce qu'on pourrait maitre fin à l'informel et la corruption, qui inonde le commerce du pays.

## Bibliographie

### Ouvrages :

- BARRELIERA. et al « Exporter : pratique du commerce international », Editions Foucher, Paris, 1992.
- BOUTALEB.K : « La problématique du développement socio-économique et les objectifs d'une authentique réforme de l'Etat en Afrique », « repenser les économies africaines pour le développement » ouvrage collectif sous la direction J.C, Bounbou & Benseghir et Naciri, Editions : Codesria, Dakar, 2010.
- BUIGUES P.A., LACOSTE D, « Stratégies d'internationalisation des entreprises », Editions de Boeck, Paris, 2011.
- CHOURAKI.L « Guide de la jeune entreprise innovante » Edition Dunod, Paris , 2015.
- CROUE C., « Marketing International », Editions De Boeck, Paris, 2006.
- DIEMER, A. « Principes d'économie politique», Editions Economica, Paris, 2013.
- DROUVOT.H, « Le made in Brésil : l'industrie brésilienne face à la mondialisation », Presses Universitaires de Grenoble, Paris, 2005.
- FIGLIUZZI.A « Economie internationale », Ellipses, Munich, juin2006.
- GRAUMANN-YETTOU.S, « Commerce international : guide pratique ». Éditions Lexis Nexis, Paris, 2005.
- GRESH.A : « Un essai de mesure de l'impact des accords d'association sur les prix à la production et les prix à la consommation : Ouverture commerciale et compétitive de l'économie », Edition Femise, Paris, avril 2005.
- HARBER D., « Les sogo shosha : comment les sociétés de commerce international japonaises gèrent le monde », Paris, Editions Economica, 1993.
- HEDIR.M « l'économie algérienne à l'épreuve de l'OMC », éditions ANEP, Alger , 2003.
- JOFFRE P., « L'entreprise et l'exportation », Editions Vuibert, Paris, 1987.
- KOTLER P, DUBOIS.B, « Marketing management », Editions Pearson Education, Paris, 2006.
- LEMAIRE J-P, « Stratégies d'internationalisation », Editions Dunod, Paris, 1997.
- LEMAIRE.J-P« Stratégies d'internationalisation », Dunod 3<sup>ème</sup> Edition, Paris, 2013.
- LENDREVIE J.et A : Mercator, « Théorie et pratique du marketing », Edition Dunod, Paris, 2006.
- LERNOUX.F, « Internationalisation des PME : Comment réussir à l'étranger », Edition Larcier, Paris, 2012.
- LEVRATO.N, « Les PME; définition, rôle économique et politiques publiques », Editions de Boeck, Bruxelles 2009.
- MANTOUSSE.M et al, « 100 fiches pour comprendre les sciences économiques », Editions Bréal, Paris, 2005.
- MAYRHOFER U, « Marketing International», Editions Economica, Paris, 2004, p. 133.
- MERCIER-SUISSA C, « L'essentiel des stratégies d'internationalisation de l'entreprise », Editeur Gualino, Paris, 2000.
- MERCIER-SUISSA C.et BOUVERET-RIVAT C., « L'essentiel des stratégies d'internationalisation de l'entreprise », Gualino Edition, EJA, Paris, 2007.
- MERCIER-SUISSA.C et BOUVERET-RIVAT.C, « PME: conquérir des parts de marché à l'international »Edition Dunod, 2010.
- MONOD.D-P, « Moyens et techniques de paiements internationaux », Editions ESKA, Paris 2007.

- OLGA.B, « L'économie de l'entreprise », Editions LE Seuil, Paris, 2003.
- PASCO-BERHOC, « Marketing International », Editions Dunod, Paris, 2002.
- PORTER.M, « L'avantage concurrentiel des nations », Edition Inter, Paris, 1993.
- QUELIN Bertrand, ARREGLE Jean-Luc, « Le management stratégique des compétences », Ellipses Editions Marketing, Paris, 2006. P. 64
- TORRES-BLAY.O, « Economie d'entreprise ; Organisation, Stratégie et Territoire à l'aube de la nouvelle économie », Editions Economica, Paris, 2004, P. 163.

### **Travaux scientifiques, revues, publications aux congrès et colloques:**

- ALLANE.S, « Encourager et accompagner les exportations hors hydrocarbure » Partenaires N° 59 du Janvier 2006, Mensuel de "la chambre française du commerce et d'industrie en Algérie", 2009. pages 23-26.
- ASSALA.KH: « PME en Algérie : de la création à la mondialisation ». 8eme Congrès international Francophone en entrepreneuriat et PME, Ourgla, juin 2006.
- BELLONE.F, « L'impact des contraintes financières sur les performances à l'exportation des entreprises françaises », économie et statistique n°435-436, 2010, pages 67-80.
- BENABDALLAH.Y, « l'économie algérienne entre réformes et ouverture : quel priorité ? », communication au colloque sur « les enjeux économiques, sociaux et environnementaux à la libéralisation des pays du Maghreb et du proche orient ».rabat-Marroc, 2007.
- BETBEZE.J-P et SAINT-ÉTIENNE.C: « Une stratégie PME pour la France », La Documentation française, Paris, 2006.
- BETOU-MOSE.E, « A propos d'une étude récente sur le problème de la croissance » Revue économique, 1963. Pages 315-326
- BEY NASRI, ALI « Il y a absence de volonté politique pour booster les exportations hors hydrocarbures » entretien avec; secrétaire général de l'Anexal », Revue de l'Économie et de la Finance-N° 9- Mars 2008, Alger, pages 20-30.
- BOST.F, « Les zones franches, interfaces de la mondialisation », Cairn info, Revue Annales de géographie, N° 658, pages 563-575, 2007.
- CHERIF.C, Faculté de Gestion Université Abou Bakr Belkaïd Tlemcen, Algérie, « Programme d'ajustement structurel et résultats socio-économiques en Algérie », Revue sciences humaines, n°18, Décembre 2002. Pages 65-79.
- CHETTAB.N, « Etat, entreprise et marché mondial : retrait fictif de la puissance nationale et intensification de la mondialisation », Cahiers du CREAD n°58, 4ème trimestre 2001, pages 1-7.
- Directeur Générale du Trésor, Ambassade de France en Algérie, entretien sur « Situation des PME en Algérie et les politique de soutien a leur développement » – janvier 2012.
- DJEBARA.A.C, « Les relations douane - entreprise : De la suspicion à la confiance réciproque » International Trade Customs And Invest Services I.T.C.I.S. Avril 2006. Pages 67-79.
- Forum des Chefs d'Entreprises, « Indice du forum pour la performance de l'entreprise algérienne », Alger Janvier 2011.
- GAUTRIEAUD.S, « Le risque pays : approche conceptuelle et approche pratique », Centre d'Économie du développement – Université Montesquieu Bordeaux IV, pages 15-22.
- GOUMEZIANE.S, « L'incontournable libéralisation », revu CONFLUENCES Méditerranée, n°11, Été 1994, pages 32-41.

- GREEN.A, RUSSO.F, PAPI.L, « Développement des systèmes productifs locaux et de réseaux de PME » : le programme de l'Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel guide sur le consortium d'exportation, Vienne, 2003.
- GRINE.S, « Payer les armateurs en devises est un handicap pour l'exportation », Revue L'Éco n° 51 /du 1er au 15 octobre 2012, Alger, pages 39-50.
- KARMAN.K, HALLE.M, « Renforcer l'intégration économique régionale pour le développement de l'Afrique », Conférence des nations unies sur le commerce et le développement « Le Développement Economique en Afrique Rapport », Genève, 2009.
- KHAYAT.I, « L'internationalisation des PME : vers une approche intégrative » 7ème congrès international francophone en entrepreneuriat et PME, Montpellier le 27, 28 et 29 Octobre 2004.
- LEFEBVRE É et al, «performance à l'exportation et innovation technologique dans les PME manufacturières», Revue d'économie industrielle- n° 77, 3ème trimestre 1996, pages 42-58.
- LEMAIRE.J-P, «La composante financière, élément du marketing international des biens d'équipement et des projets », revue Française de gestion, n°127-128, 1990, pages 22-31.repris dans J.P. Lemaire, « Stratégies d'internationalisation », Editions Dunod, Paris, 1997,
- LEVRATO.N, « Les PME; définition, rôle économique et politiques publiques », Edition De Boeck, Bruxelles 2009.
- MEROUGHIM et TALABITE.F, « Souveraineté économique et reforme en Algérie », Revue automne n°71, 2009, pages12-13.
- Organisation de Coopération et de Développement Economique, « chapitre1 : Caractéristiques et importance des PME », Revue de l'OCDE sur le développement (n°5), février 2004, pages 30-39.
- OUSSALEM M.O, «Politiques industrielles et mondialisation: les leçons de l'expérience algérienne », colloque international sur la mondialisation, Université Mouloud Mamri, Tizi-Ouzou, juin 2009.
- PANTIN.F, « La conduite du processus d'internationalisation par les compétences de l'équipe dirigeante : cas d'une moyenne entreprise française », Revue Management et Avenir FEV 2004(n°2), Edition Management Prospectives Editions, pages 8-15.
- ROUBAUD J. F., « Gagner la bataille de l'exportation avec les PME» les avis du Conseil Economique, Social et Environnemental, les Editions des JOURNAUX OFFICIELS, Paris, 2012.
- ST-PIERRE J. et Al, « Mondialisation et internationalisation des PME : le comportement des PME manufacturières québécoises », Rapport de recherche présenté au Cirano Institut de recherche sur les PME, université de Québec à trois-Rivières, Canada, 2001.

### **Mémoires et thèses de doctorat :**

- BOUKELLA.M «Les politiques agraires en Algérie de 1959 à 1972 : rupture ou continuité ?». U.E.R. de sciences économiques et de gestion. Université Lumière – Lyon 2, pp72-73, 1975.
- LECERF M., « Les petites et moyennes entreprises face à la mondialisation », Thèse de doctorat en économie, Université de Paris I- PANTHEON – SORBONNE U. F. R. D'ECONOMIE, 2006.
- LECERF.M, « Les petites et moyennes entreprises face à la mondialisation », Thèse de doctorat en finance, Université de Paris I- PANTHEON – SORBONNE U. F. R. D'ECONOMIE, paris, 2006.
- PISAREK.W, « Stratégies d'internationalisation des PME : les apports en termes de conceptualisation du processus », mémoire en raison d'obtention d'un diplôme de master en Economie Industrielle, Université Paris 1 PANTHEON-SORBONNE, Paris, 2011.

**Rapports et documents administratifs :**

- PAUL.P et KEMPEN.V, « communication, education et sensibilisation du public : Guide pratique destiné aux points focaux et aux coordonnateurs des stratégies et plans d'action nationaux pour la diversité biologique », Gland, 2007.
- Projet de la commission économique pour l'Afrique, « Libéralisation commerciale et développement : quelles leçons pour l'Afrique? », septembre 2004.
- Rapport FEMISE. Ouverture commerciale et compétitivité de l'économie : « Un essai de mesure de l'impact des accords d'association sur les prix à la production et les prix à la consommation », rapport, Avril 2005.
- ECO techniques, « Diagnostic sur les exportations hors hydrocarbures : Rapport final de la première phase février », 2004
- ECO technics, « Diagnostic des besoins et attentes des exportateurs et étude des potentialités de placement de produits nationaux sur les marchés étrangers : Etude pour Anexal-Naed », février 2004.
- Le secteur agricole: Avantages environnementaux de la libéralisation des échanges - point 6, Communication du Brésil, Comité sur le commerce et l'environnement, WT/CTE/W/109, 16 février 1999. Genève.
- Ministère de la PME et de l'Artisanat, « Programme de mise à niveau MPEA-Etude faisabilité », octobre 2003.
- Ministère du commerce-Direction de la promotion des exportations, « Recueil relatif aux avantages et facilitations accordées aux exportations hors hydrocarbures », Avril 2007.
- Rapport de l'agence nationale de promotion du commerce extérieur en Algérie (ALGEX), 2012.
- Direction des Relations Economiques Extérieures (DREE), Les zones franches d'exportation : « Les enjeux économiques internationaux », Paris, 2002.
- Centre d'Etudes des Transports pour la Méditerranée "CETMO" « Le secteur logistique sur la rive sud de la Méditerranée Occidentale », octobre 2010.
- ECO techniques, « Diagnostic sur les exportations hors hydrocarbures », étude réalisée par ECO techniques, pour Anexal, financée par Naed. Rapport final de la première phase février 2004.
- MEDEF, « L'indispensable de l'export : les dispositifs d'appui et les interlocuteurs de l'export » - Commission International - juillet 2008.

**Textes réglementaires, lois, articles :**

- Instruction de la Banque d'Algérie n°05/11 du 19 octobre 2011 modifiant les dispositions de l'Instruction n° 22/94 du 12 avril 1994 modifiée et complétée fixant le pourcentage des recettes d'exportation hors hydrocarbures et produits miniers ouvrant droit à l'inscription au(x) compte(s) devises des personnes morales.
- Décision interministérielle n°130 du 10-12-2002 modifiant et complétant les dispositions de la décision interministérielle n°767 du 24 octobre 2001, portant soutien de l'Etat aux exportations des dattes.
- Décret exécutif n° 04-173 du 23 Rabie Ethani 1425 correspondant au 12 juin 2004 portant composition et fonctionnement du conseil national consultatif de promotion des exportations.
- Décret exécutif n° 91-53 du 23 février 1991 relatif aux conditions d'hygiène lors du processus de la mise à la consommation des denrées alimentaires, p. 285. (N° JORA : 009 du 27-02-1991).
- Décret législatif du 05/10/1993 relatif à la promotion de l'investissement.

- Décret législatif n°93-09 du 25 avril 1993 modifiant et complétant l'ordonnance n°66-154 du 8 juin 1966 portant code de procédure civil, du journal officiel de la république Algérienne n°27.
- Instruction° 04/11 du 19 octobre 2011 modifiant et complétant l'instruction n° 79-95 du 27 décembre 1995, portant organisation et fonctionnement du marché interbancaire des changes.
- Instructions du règlement 91-12 relatif à la domiciliation des exportations.
- Journal officiel, l'article 41 de la loi de finances complémentaire pour 1990
- Loi 78/02 de 1978 du journal officiel apparus le 14 février 1978 relative au monopole de l'Etat sur le commerce extérieur,
- Loi N° 92/006 du 14 août 1992 Relative aux sociétés coopératives et aux groupes d'initiative commune ; Décret N° 92/455/PM du 23 novembre 1992.
- Loi n°05-17 du 29 Dhou El Kaada 1426 correspondant au 31 décembre 2005 portant approbation de l'ordonnance n°05-06 du 18 Rajab 1426 correspondant au 23 aout 2005 relative à la lutte contre la contrebande.2ème Edition.
- Ministère des finance, 2007.Instruction n° 03-070du 31 mais 2007 relatif à la procédure de déclaration er de suivi des dossiers de domiciliations des transactions courantes à l'étranger. Article 2.
- Ministère des finances, Article n° 29,56,57, 58 ,du 13/05/2007.du journal officiel n°31 relatif au règlement de la banque d'Algérie.
- Ordonnance 67-44 du 1er octobre 1967 portant réglementation des salaires minima interprofessionnels et des allocations familiales minima.
- Ordonnance 96-06 du 10 janvier 1996 relative à l'assurance-crédit à l'exportation.
- Ordonnance N° 96-06 du 10 Janvier 1996 du décret exécutif n°96-327 du 01.01.1996.
- Ordonnance n° 96-06 du 10/01/1996 par le décret exécutif n° 96-235 du 02/07/1996 du journal officiel de la loi de finance 1996.
- Ordonnance n°08-02 du 24 juillet 2008 portant loi de finances complémentaire pour 2008.
- Règlement de la Banque d'Algérie n° 05/90 du 08 octobre 1990 fixant les conditions d'ouverture et de fonctionnement des comptes devises des personnes morales.
- Règlement n°11-06 du 19 octobre 2011 modifiant et complétant le règlement n° 07-01 de la Banque d'Algérie du 03 février 2007 relatif aux règles applicables aux transactions courantes avec l'étranger et aux comptes devises.

### **Périodiques et journal de la presse :**

- AMROUCHE.A « l'assainissement financier des entreprises publiques algériennes : l'arbre qui cache la forêt ». El Watan du 11 Décembre 2004 (1er partie).
- BENINI .M : « L'absence d'autonomie d'Algex », Entretien avec le DG de l'Algex paru dans le Quotidien d'Oran, 6novembre 2012.
- LALMS.S, « Exportations algériennes : La tendance baissière s'aggrave », apparu dans ELWatan, octobre 2014.
- LAMRIBEN.H« Compagnie algérienne d'assurances et de garantie des exportations : De nouveaux produits pour les exportateurs ». El Watan du 08 Mars 2009.
- ZENTA.M, « Subventions aux exportations hors hydrocarbures L'Algérie cède face à l'OMC". El Watan du 26. 02. 2008.

**Sources wébographique :**

- <http://www.pmeart-dz.org>
- [http://unctad.org/fr/docs/aldcafrica2009\\_fr](http://unctad.org/fr/docs/aldcafrica2009_fr).
- <http://www.ac-Bordeaux.fr>
- <http://www.airepme.org>
- <http://www.algex.dz>
- <http://www.bank-of-algeria.dz/html/legist9.htm>
- <http://www.BEA.dz>
- <http://www.bpifrance.fr>.
- <http://www.caci.dz>.
- <http://www.cagex.dz>
- <http://www.cagex.dz/prsentation.html>
- <http://www.cairn.info/revueannales-de-géographie-2007>.
- <http://www.cetmo.org/>
- <http://www.commerceexterieur.gouv.fr/publications1>.
- <http://www.commerce-exterieur.gouv.fr/publications1/>
- <http://www.consulat-algerie-montpellier.org>.
- <http://www.creg.ac-versailles.fr>.
- <http://www.douane.gov.dz>
- <http://www.douane.gov.dz/>
- [http://www.elmouwatin.dz/IMG/article\\_PDF/article\\_a5297.pdf](http://www.elmouwatin.dz/IMG/article_PDF/article_a5297.pdf)
- <http://www.insee.fr>
- <http://www.jeuneafrique.com/pays/algerie/>.
- <http://www.lechiffredaffaires.net/>
- <http://www.mincommerce.gov.dz>.
- <http://www.mincommerce.gov.dz>.
- [http://www.optimexport-dz.org»](http://www.optimexport-dz.org)
- <http://www.persee.fr/>.
- <http://www.vitamedz.com/fr/Alger/Institutions-de-commerce/2/Articles/1.html>
- <https://www.desjardins.com/coopmoi/entreprises/fiches-conseils/choisissez-mode-entree-ideal-marches-etrangers/>

## Listes des annexes

- I: Principaux produits hors hydrocarbures exportés
- II: Exemplaires de la messagerie Swift (vierges).
- III: Facture commercial pro-format.
- IV: Facture commercial domicilié.
- V: Relevé de compte expliquant les commissions à payer.
- VI: Le document douanier (D.11).
- VII: Certificat d'origine.
- VIII: Engagement de rapatriement des fonds.
- IX: Le diagramme de la banque extérieur d'Algérie.



# TABLE DES MATIERES

Remerciements	
Dédicaces	
Liste des abréviations	
Liste des tableaux	
Liste des figures	
Sommaire	
<b>INTRODUCTION GENERALE</b> .....	1
<b>Chapitre I : LES POUVOIRS PUBLICS ET LA PROMOTION DES EXPORTATIONS</b>	
Introduction du chapitre.....	4
<b>Section1 : DIFICULTES DES POUVOIR PUBLICS A PROMOUVOIR LES EXPORTATIONS</b> .....	5
1. MOTIVATIONS, CONTRAINTES DE L'ETAT ET SON ROLE EN MATIERE DE PROMOTION D'EXPORTATION.....	5
1.1 les effets macroéconomiques.....	5
1.1.1 l'équilibre de la balance des paiements.....	5
1.1.2 l'équilibre de la balance commerciale.....	6
1.1.3 Les motrices de création d'emplois.....	6
1.1.4 Les exportations facteur de la croissance économique et de la création de richesse.....	6
1.1.5 Une source de l'innovation et de dynamisme des entreprises.....	7
1.2 les effets microéconomiques.....	7
1.2.1 La nécessité pour l'Etat d'accompagner les entreprises dans leur développement international.....	7
1.2.2 Le rôle de la politique commerciale.....	8
2. FACTEUR CONTRAINGNANT ET PERMISSIFS POUR LE DEVELOPPEMENT DES EXPORTATIONS.....	8
2.1 les facteurs permissifs.....	8
2.1.1 la libéralisation des échanges internationaux.....	8
2.1.2 la baisse des couts de transport internationaux.....	9
2.1.3 émergence de nouveaux marchés.....	9
2.1.4 la globalisation financière, un atout pour l'internationalisation des entreprises.....	10
2.1.5 la multiplication des accords régionaux.....	10
2.1.6 identification des segments négligés.....	10
2.2 identification des facteurs contraignants.....	11
2.2.1 le changement technique et effets de la mondialisation.....	11
2.2.2 la concurrence internationale.....	11
3. IDENTIFICATION DE MESURES ET DISPOSITIF D'APPUI.....	11
3.1 mesures prises par les pouvoirs publics.....	12
3.1.1 en matière de la politique de change.....	12
3.1.2 la politique douanière.....	12
3.1.3 la politique fiscale dans le cadre de promotion des exportations.....	12
3.1.4 la politique de crédit.....	13
3.1.5 la politique d'assurance à l'exportation.....	13
<b>Section 2 : LE PHENOMENE D'INTERNATIONALISATION : THEORIES ET PROCEDURES</b> .....	14
1. LES PRINCIPALES THEORIES DE L'INTERNATIONALISATION.....	14
1.1 la théorie du cycle de vie du produit.....	15
1.2 l'approche behavioriste de l'internationalisation.....	15
1.2.1 le model d'Uppsala.....	15

1.2.2 le model d'innovation.....	16
1.3 l'approche par les réseaux.....	16
1.4 l'approche de l'entreprise par les ressources et les compétences.....	17
1.5 la théorie des couts de transaction.....	17
1.5.1 les couts ex-ante.....	17
1.5.2 les couts export.....	17
1.6 la théorie de Dunning.....	18
1.6.1 l'avantage de propriété ou spécifique.....	18
1.6.2 l'avantage de localisation.....	18
1.6.3 l'avantage de l'internationalisation.....	18
2. MOTIVATIONS DES ENTREPRISES A L'INTERNATIONAL.....	19
2.1 vers la recherche de croissance et de nouveaux débouchés.....	19
2.2 la recherche d'une meilleure répartition des risques.....	19
2.3 la recherche de l'exploitation des économies d'échelles.....	20
2.4 la recherche d'une meilleure productivité.....	20
2.5 l'amélioration de la santé financière de l'entreprise.....	20
3. LE MARKETING INTERNATIONAL : MARKETING EXPORT.....	22
3.1 le choix des marchés.....	22
3.2 La politique des produits.....	22
3.3 La politique de prix.....	23
3.3.1 la politique de distribution internationale.....	24
Conclusion du chapitre.....	25
<b>Chapitre II : PRATIQUE D'APPUI ET MODE D'APPROCHE A L'INTERNATIONAL</b>	
Introduction du chapitre.....	26
<b>Section 1 : TYPOLOGIE DES EXPORTATIONS ET MODES D'APPROCHE DES MARCHES INTERNATIONAUX</b>	27
1. TYPOLOGIES DES EXPORTATIONS.....	27
2. MODES D'APPROCHE DES MARCHES ETRANGERS.....	27
2.1 approche direct.....	28
2.1.1 le représentant à l'étranger.....	28
2.1.2 bureau de représentation.....	28
2.1.3 la succursale.....	29
2.1.4 la filiale commerciale.....	29
2.1.5 le consignataire.....	29
2.2 approche indirecte.....	29
2.2.1 les sociétés de commerce international.....	30
2.2.2 la vente aux bureaux d'achat et centrales d'achat.....	30
2.2.3 des commissionnaires d'exportation.....	30
2.2.4 le courtier.....	30
2.3 approche hybride.....	30
3. PRATIQUES D'APPUI A L'EXPORTATION.....	31
3.1 l'exportation dans le cadre de la sous-traitance internationale.....	31
3.2 l'exportation dans le cadre de la fabrication pour compte "FPC.....	31

3.3 la franchise.....	32
3.4 les investissements directs étrangers IDE.....	32
3.5 le transfert de technologies.....	32

**Section 2 : IDENTIFICATION DES CONTRAINTES ET RISQUES LIEES A L'EXPORT .....33**

1. PRESENTATION DES DIFFERENTS RISQUES.....	33
1.1 le risque commercial.....	33
1.2 le risque de change.....	34
1.3 le risque d'interruption de marché.....	34
1.4 le risque économique.....	35
1.5 le risque financier.....	35
1.5.1 d'un défaut de paiement.....	35
1.5.2 d'une défaillance du débiteur.....	35
1.5.3 d'un règlement judiciaire.....	35
1.6 le risque pays.....	35
1.6.1 risque politique.....	36
1.6.2 rupture des relations économiques.....	36
1.6.3 la survenus des catastrophes naturelles.....	36
1.6.4 le non-transfert des capitaux.....	36
2. CONTRAINTES A L'EXPORT.....	36
2.1 les contraintes liées aux ressources et/ou compétences des entreprises.....	37
2.1.1 les contraintes liées aux compétences managériales de l'entreprise.....	37
2.1.2 ressources financières limitées et difficulté d'accéder au financement.....	37
2.1.3 contraintes liées à l'appareil productif de l'entreprise exportatrice.....	38
2.1.4 un système d'information non performant.....	38
2.1.5 l'administration de l'export : absence de structure d'export.....	38
2.1.6 manque et/ou la non valorisation des ressources humaines.....	38
2.1.7 manque de développement en matière de marketing international.....	39
2.2 les contraintes liées à l'environnement externe de l'entreprise.....	40
2.2.1 les contraintes législatives réglementaires et normatives.....	40
2.2.2 les contraintes liées aux difficultés d'adaptation des produits aux normes ISO.....	40
2.2.2.1 les normes sanitaires et phytosanitaires.....	41
2.2.2.2 les normes techniques.....	41
2.2.3 réseau d'information inefficace.....	41
2.2.4 les contraintes de la logistique internationale.....	41
3. PREVENTION CONTRE LES RISQUES DU CE.....	42
3.1 détermination des mesures de sécurité.....	42
3.1.1 sécurité des installations et bâtiments de l'entreprise.....	42
3.1.2 sécurité de fret.....	42
3.1.3 sécurité des conteneurs.....	43
3.1.4 sécurité des moyens de transport.....	43
3.1.5 protection de système d'information.....	44
3.1.6 sécurité du personnel.....	44
3.2 suivi de la mise en œuvre de plan de sécurité.....	44
3.2.1 échange de renseignements.....	44
3.2.2 séances de sensibilisations.....	45
Conclusion du chapitre.....	46

**Chapitre III : APPLICATION DES THEORIES SUR LA POLITIQUE DE L'ETAT ALGERIEN ET SON SOUTIEN A L'EXPORT**

Introduction du chapitre.....	47
-------------------------------	----

**Section 1 : LA POLITIQUE DE PROMOTION DU COMMERCE EXTERIEUR EN ALGERIE .....48**

1. HISTOIR DE LA PRATIQUE ET LA POLITIQUE COMMERCIAL ALGERIENNE.....	48
--	----

1.1 la libéralisation du commerce extérieur en Algérie.....	50
1.1.1 étape restrictive.....	50
1.1.2 étape de libéralisation totale.....	51
1.1.3 le résultat de la libéralisation du commerce extérieur.....	51
1.2 enjeux de négociation d'adhésion à l'OMC.....	53
1.2.1 réforme du régime commercial de l'Algérie.....	53
1.2.2 négociation bilatérales sur l'accès aux marchés.....	54
1.2.3 les défauts relevés par l'Algérie pour adhérer à l'OMC.....	54
2. POLITIQUE DE L'ETAT POUR LA PROMOTION DES EXPORTATIONS.....	56
2.1 programme d'investissement publics de 2001 jusqu'à 2014.....	57
2.1.1 le plan de soutien à la relance économique.....	57
2.1.2 le plan complémentaire de soutien à la croissance (PCSC).....	57
2.1.3 le programme d'investissement public (PIP).....	58
2.1.4 le programme OPTIMEXPORT.....	58
2.2 organismes intervenants et dispositifs d'appuis pour soutenir les exportations.....	59
2.2.1 les mesures institutionnelles.....	59
2.2.1.1 l'agence nationale de promotion du commerce extérieur (ALGEX).....	59
2.2.1.2 la création de la compagnie algérienne d'assurance et de garantie des exportations (CAGEX).....	60
2.2.1.3 conseil national consultatif de promotion des exportations.....	61
2.2.1.4 la chambre algérienne de commerce et d'industrie.....	62
2.2.2 les exonérations fiscales.....	62
2.2.2.1 la taxe sur l'activité professionnelle (TAP).....	62
2.2.2.2 la taxe sur la valeur ajoutée (TVA).....	63
2.2.2.3 l'impôt sur les bénéfices des sociétés (IBS).....	63
2.2.3 l'appui financier.....	63
2.2.3.1 fonds spécial pour la promotion des exportations hors hydrocarbures.....	63
2.2.3.2 le fonds national de régulations et développement agricole.....	65
2.2.4 Facilitations à l'export.....	65
2.2.4.1 facilitations douanières.....	65
2.2.4.2 facilitations portuaires.....	66
3. STRATEGIE COMMERCIAL EN ALGERIE ET LES ASSURANCES.....	67
3.1. La stratégie commerciale.....	68
3.1.1. Les principales réformes des instruments de la politique commerciale.....	68
3.1.2. Evolution des droits de douane dans le cadre d'accord d'association avec l'Union Européenne.....	68
3.1.3. Part des droits douane dans les recettes budgétaires en % de PIB.....	69
3.1.4. Taux de protection global et sectoriel.....	69
3.2. Les assurances en Algérie : avantages de la CAGEX.....	70
3.2.1. La demande du client.....	70
3.2.1.1. Le choix de la police d'assurance.....	70
3.2.1.2. L'engagement de l'assuré.....	70
3.2.1.3. Configuration de la police.....	70
3.2.1.4. En cas de sinistre.....	70
3.2.1.5. La négociation amiable.....	71
3.2.1.6. La procédure judiciaire.....	71
3.2.1.7. Le recouvrement.....	71
3.2.1.8. L'indemnisation.....	71
3.2.2. Produit offert par la CAGEX.....	71
3.2.2.1. Police globale.....	72
3.2.2.2. Police individuelle.....	72
3.2.2.3. Assurance crédit acheteur.....	72
3.2.2.4. Assurance prospection foires et expositions.....	72
3.2.2.5. Assurance crédit interentreprises.....	72

3.2.2.6. Offre d'informations économiques et commerciales.....	72
3.2.2.7. Assistance au recouvrement des créances.....	72
3.2.2.8. Notation des entreprises.....	73
3.2.2.9. Assurance crédits documentaires.....	73
3.2.2.10. Assurance des investissements.....	73

## **Section2 : CROISSANCE ECONOMIQUE HORS HYDROCARBURES : PME EXPORTATRICES EN ALGERIE** .....

1. LE COMMERCE EXTERIEUR ALGERIEN.....	75
1.1 La place et les réalisations de l'Algérie dans le commerce mondiale.....	75
1.2. Tendances générales du commerce extérieur de l'Algérie.....	76
1.2.1. Evolution de la balance commerciale de l'Algérie.....	79
1.2.2. Evolution du commerce extérieur de l'Algérie par groupe d'utilisation période (2005-2014).....	80
1.2.3. L'évolution du commerce extérieur par régions économiques.....	85
1.2.4. L'évolution du commerce extérieur par mode de financement.....	89
1.2.5. Principaux partenaires Algériens.....	90
2. APERCU SUR LES PME EXPORTATRICES HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE.....	92
2.1. Etat des lieux des PME en Algérie.....	92
3. FACTEURS DE STAGNATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE.....	93
3.1. Les facteurs macroéconomiques.....	93
3.1.1. Lourdeurs administratives.....	94
3.1.2. Coûts de transaction et de logistique élevés.....	94
3.1.3. Les contraintes liées aux services portuaires et au transport.....	94
3.1.4. La complexité de l'encadrement financier et bancaire des opérations d'exportation.....	95
3.1.5. La réglementation des changes.....	95
3.2. Les facteurs microéconomiques.....	96
Conclusion du chapitre.....	98

## **Chapitre IV : SUIVI D'UNE PROCEDURE FINANCIERE LORS D'UNE OPERATION D'EXPORTATION AU NIVEAU DE LA BANQUE**

Introduction du chapitre.....	99
-------------------------------	----

### **Section 1 : PRESENTATION DU LIEU DE STAGE** .....

1. DEMARCHE METHODOLOGIQUE SUIVI.....	101
2. DEFINITION DE L'AGENCE BEA N°41.....	102
2.1. L'organisme de la BEA de Bejaia/Agence 41.....	102
2.2. Missions et taches de l'agence.....	102
2.3. Performance.....	103
3. LES ACTIVITEES REALISEES.....	103
3.1. Les activités réalisées par l'agence n°41.....	103
3.2. Les activités confiées durant le stage.....	104
3.3. Le système Swift.....	105
3.3.1. Définition du système Swift.....	105
3.3.2. Exemple de message Swift et leurs significations.....	105
3.3.3. Avantage de ce système.....	106
3.3.3.1. La sécurité.....	106
3.3.3.2. La rapidité.....	106
3.3.3.3. Le message Swift.....	106
3.3.3.4. La fiabilité.....	106

<b>Section 2 : SUIVI DU DEROULEMENT D'UNE OPERATION D'EXPORTATION AU SAIL DE LA BEA ET VERIFICATION DES HYPOTHESES .....</b>	<b>107</b>
1. DOMICILIATION BONCAIRE.....	108
1.1. Définition.....	108
1.1.1 L'exportateur.....	108
1.1.2 La banque.....	108
1.2. Traitement de l'opération de domiciliation.....	109
1.2.1 L'attribution d'un numéro de domiciliation.....	109
1.2.2 La remise à l'exportateur des exemplaires.....	110
1.2.3 L'établissement de la fiche de contrôle réglementaire.....	110
1.2.4 Prélèvement des commissions de domiciliation.....	110
1.3. Gestion du dossier de domiciliation.....	110
1.3.1. Apurement du dossier de domiciliation.....	111
1.3.1.1. Les dossiers apurés.....	111
1.3.1.2. Les dossiers en insuffisance de règlement.....	111
1.3.1.3. Les dossiers en excédent de règlement.....	111
2. RAPATRIEMENT DU PRODUIT A LA VENTE ETRANGERE.....	113
2.1 Rapatriement du produit à la vente.....	113
2.2 Résolution des conflits.....	113
3. VERIFICATION DES HYPOTHESES.....	115
Conclusion du chapitre.....	117
 <b>CONCLUSION GENERALE .....</b>	 <b>118</b>
Bibliographie.....	120
Liste des annexes	

# *Introduction générale*

---

*Chapitre I : Les pouvoirs publics et la  
promotion des exportations*

---



*Chapitre II : Pratiques d'appuis et  
modes d'approche à l'international*

---

*Chapitre III : Application des théories  
sur la politique de l'Etat Algérien et son  
soutien à l'export*

---

*Chapitre IV : Cas pratique d'une  
procédure financière lors d'une vente à  
l'étranger*

---

## *Conclusion générale*

---

# *Bibliographie*

---

# *Annexes*

---

## **Résumé**

« Les échanges et transactions internationales, sont l'élément clé dans la situation économique, et la place du pays dans le commerce mondial. L'Algérie a eu du retard à penser à l'ouverture de son commerce extérieur et à la libéralisation de ce dernier, mais avec les réformes et décisions fermes du gouvernement pour la promotion des exportations, sur tout, H.H lui permet de rattraper à un degré sa position dans le commerce mondial. Cela apparaît dans la troisième partie, l'évolution des échanges de l'Algérie avec le reste du monde. Un exemple d'une procédure d'exportation au niveau de la banque' à la BEA »

## **Abstract**

« Trade and international transactions, are the key element in the economic situation and the country's place in world trade. Algeria has been late thought at the opening of its foreign trade and the liberalization of the latter, but with the reforms and the government decide farms for export promotion, on everything HH allows him to catch a level position in global trade. It appears in the third part, the evolution of trade between Algeria and the rest of the world. An example of an export procedure to the bank's level performed at BEA»

## **özet**

« Değişim ve uluslararası işlemler kilit ekonomik durum elemanı ve dünya ticaretindeki ülkenin yeridir. Cezayir geç dış ticaretin açılması ve ikincisi serbestleştirilmesine düşündüm, ama reformlar ve hükümet ile ihracatı teşvik için çiftlikleri karar olmuştur, her şeyi HH ona yakalamak için izin verir küresel ticarete seviye konumu. Bu, üçüncü bölümde Cezayir ve dünyanın geri kalanı arasındaki ticaret evrimi görünür. BEA bankanın seviye " bir ihracat prosedürünün bir örneği »

## **总结**

« 交流和国际交易的经济形势的关键因素和国家在世界贸易中的地方。阿尔及利亚一直认为后期在其对外贸易的开放，而后者的自由化，但随着改革和政府决定农场促进出口，一切HH让他搭上了在全球贸易中的水平位置。它出现在第三部分，阿尔及利亚和世界其他国家之间的贸易发展。出口程序对东亚银行的水平“的例子»